

Konsentrasi/Bidang Minat:  
Pemasaran

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN  
*PROMOTION MIX* DALAM MEMBANGUN *BRAND  
EQUITY* TERHADAP *CUSTOMER REPURCHASE  
INTENTION* DI THE BODYSHOP SURABAYA**

**Skripsi S-1**



**OLEH:**

**JEMMY GUNAWAN**

**3103010034**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2013**

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN  
*PROMOTION MIX* DALAM MEMBANGUN *BRAND*  
*EQUITY* TERHADAP *CUSTOMER REPURCHASE*  
*INTENTION* DI THE BODYSHOP SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

JEMMY GUNAWAN

3103010034

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2013

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN  
*PROMOTION MIX* DALAM MEMBANGUN *BRAND  
EQUITY* TERHADAP *CUSTOMER REPURCHASE  
INTENTION* DI THE BODYSHOP SURABAYA**

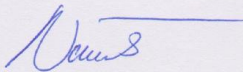
**OLEH:**

**JEMMY GUNAWAN**

3103010034

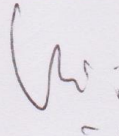
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing I,



Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM.  
Tanggal: ...12 Jan... 2014..

Dosen Pembimbing II,



Maria Mia Kristianti, SE., MM  
Tanggal: ...13/04/2014

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jemmy Gunawan

NRP : 3103010034

Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Promotion Mix* dalam membangun *Brand Equity* terhadap *Customer Repurchase Intention* di *The Body Shop* Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 28 Januari 2013

Yang menyatakan,  
  
(Jemmy Gunawan)



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Jemmy Gunawan NRP: 3103010034.

Telah diuji pada tanggal: 21 Januari 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:




Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM  
NIK. 311.95.0230

Mengetahui:

Dekan,  
  
Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM  
NIK. 321.99.03.70

An. Ketua Jurusan Manajemen,  
Sekretaris Jurusan Manajemen

  
Robertus Sigit, SE., MSC  
NIK. 311.11.0678

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala rahmat dan penyertaan-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Promotion Mix* dalam membangun *Brand Equity* terhadap *Customer Repurchase Intention* di The Body Shop Surabaya.” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari usaha, bimbingan, saran, kritik, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Herlina Y.Roida,SE.,M.Com selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM, selaku dosen pembimbing I dan dosen penguji proposal yang telah memberikan banyak dukungan, waktu, tenaga, serta kesabaran dalam memberikan arahan terhadap penulisan skripsi dari awal hingga akhir.

4. Maria Mia Kristianti,SE.,MM, selaku dosen pembimbing II dan dosen penguji proposal yang telah memberikan banyak dukungan, waktu, tenaga, dan arahan dalam bimbingan dengan penuh kesabaran dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi peneliti.
6. Seluruh staf tata usaha Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membantu selama proses perkuliahan dan kelancaran pengajuan skripsi.
7. Seluruh staf perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah menyediakan informasi dan fasilitas yang telah membantu selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
8. Kedua orang tua tercinta dan terhebat, serta saudara-saudara peneliti yang telah memberikan banyak perhatian, kasih sayang, doa, dan dukungan baik secara materi maupun non materi dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
9. Felicia yang selalu setia memotivasi dan memberikan dukungan terbaik, Henry dan Arnold yang telah memberikan petunjuk dan saran dalam penulisan skripsi ataupun pengolahan data.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, tenaga, waktu, bantuan, saran, dan kritik yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari akan adanya keterbatasan dan kekurangan dalam skripsi ini, mengingat terbatasnya pengalaman dan pengetahuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik membangun dari berbagai pihak akan peneliti terima dengan lapang dada. Dengan segala kerendahan hati, besar harapan peneliti agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menjadi masukan bagi penelitian berikutnya.

Surabaya, 28 Januari 2013

Penulis



## DAFTAR ISI

|                                       | Halaman |
|---------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                   | i       |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....             | ii      |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH..... | iii     |
| HALAMAN PENGESAHAN .....              | iv      |
| KATA PENGANTAR.....                   | v       |
| DAFTAR ISI .....                      | viii    |
| DAFTAR TABEL .....                    | x       |
| DAFTAR GAMBAR.....                    | xii     |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                 | xiii    |
| ABSTRAK .....                         | xiv     |
| <i>ABSTRACT</i> .....                 | xv      |
| <b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>             |         |
| 1.1. Latar Belakang Permasalahan..... | 1       |
| 1.2. Perumusan Masalah .....          | 5       |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....          | 5       |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....         | 6       |
| 1.5. Sistematika Penulisan .....      | 6       |
| <b>BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>    |         |
| 2.1. Penelitian Terdahulu .....       | 8       |
| 2.2. Landasan Teori.....              | 9       |
| 2.3. Model Analisis .....             | 23      |
| 2.4. Hipotesis Penelitian.....        | 24      |

|  |    |
|--|----|
| <b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>                              |    |
| 3.1. Jenis Penelitian.....                                   | 25 |
| 3.2. Identifikasi Variabel.....                              | 25 |
| 3.3. Definisi Operasional Variabel.....                      | 25 |
| 3.4. Pengukuran Variabel.....                                | 28 |
| 3.5. Jenis dan Sumber Data.....                              | 28 |
| 3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....                   | 28 |
| 3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan<br>Sampel..... | 29 |
| 3.8. Teknik Analisis Data.....                               | 30 |
| <b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>                        |    |
| 4.1. Karakteristik Responden.....                            | 35 |
| 4.2. Deskripsi Data.....                                     | 37 |
| 4.3. Analisis Data.....                                      | 41 |
| 4.4. Pengujian Hipotesis.....                                | 48 |
| 4.5. Pembahasan.....   | 48 |
| <b>BAB 5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN</b>               |    |
| 5.1. Simpulan.....   | 51 |
| 5.2. Saran.....  | 52 |
| 5.3. Keterbatasan Penelitian.....                            | 52 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

|  | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 3.1. Uji Kecocokan Seluruh Model.....  | 33      |
| Tabel 4.1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin....   | 35      |
| Tabel 4.2. Karakteristik Responden Menurut Usia .....  | 35      |
| Tabel 4.3. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan<br>Terakhir.....   | 36      |
| Tabel 4.4. Karakteristik Responden Menurut Frekuensi<br>Mengunjungi <i>the body shop</i> 6 bulan terakhir..... | 37      |
| Tabel 4.5. Interval Rata-Rata Skor.....  | 38      |
| Tabel 4.6. Statistik Deskripsi Variabel <i>Corporate Social<br/>Responsibility</i> (CR).....                   | 38      |
| Tabel 4.7. Statistik Deskripsi Variabel <i>Promotion Mix</i> (PM)...   | 39      |
| Tabel 4.8. Statistik Deskripsi Variabel <i>Brand Equity</i> (BE) .....   | 40      |
| Tabel 4.9. Statistik Deskripsi Variabel <i>Customer Repurchase<br/>Intention</i> (RI) .....                    | 40      |
| Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas.....   | 41      |
| Tabel 4.11. Uji Realibilitas <i>Corporate Social<br/>Responsibility</i> .....                                  | 43      |
| Tabel 4.12. Uji Realibilitas <i>Promotion Mix</i> .....  | 43      |
| Tabel 4.13. Uji Realibilitas <i>Brand Equity</i> .....   | 44      |
| Tabel 4.14. Uji Realibilitas <i>Customer Repurchase Intention</i> .....  | 45      |
| Tabel 4.15. Hasil Uji Normalitas Univariat .....   | 46      |
| Tabel 4.16. Hasil Uji Normalitas Multivariat .....   | 46      |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.17. Uji Kecocokan Keseluruhan Model..... | 47 |
| Tabel 4.18. Pengujian Hipotesis .....            | 49 |

## DAFTAR GAMBAR

|   | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 1.1. Populasi wanita Indonesia tahun 2010-2012 ..... | 1       |
| Gambar 1.2. Penjualan kosmetik Nasional tahun 2010-2012..   | 1       |
| Gambar 2.1. Piramida <i>Brand Equity</i> .....              | 16      |
| Gambar 2.2. Model Analisis.....                             | 23      |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Statistik Deskriptif
- Lampiran 4. Jawaban Responden Tentang Variabel Penelitian
- Lampiran 5. Output SEM

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan dan bauran promosi the body shop yang bertujuan untuk menciptakan ekuitas merek sehingga dapat mengakibatkan niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang di the body shop Surabaya. Penelitian ini menggunakan penelitian kausal yang untuk menemukan dan menggambarkan hubungan sebab-akibat dan pengaruh variabel penelitian ini untuk disimpulkan.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner kepada responden. Ukuran sampel adalah 150 responden dan diambil dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) melalui LISREL itu Program versi 8.70

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dan bauran promosi yang sudah dilakukan oleh the body shop terbukti mampu untuk meningkatkan ekuitas merek dari the body shop. Sehingga pada akhirnya ekuitas merek yang terbentuk dapat meningkatkan niat konsumen untuk melakukan pembelian ulang di the body shop Surabaya.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Bauran Promosi, Ekuitas Merek dan Niat Beli Ulang Konsumen.

## **ABSTRACT**

*The purpose of this research was to analyze the effect of corporate social responsibility and promotion mix from the body shop build the brand equity which resulted an increase in customer repurchase intentions of the body shop outlets in Surabaya. This research used causal research which is for finding and describing the cause-effect relationship and the influence of this research's variables to be concluded.*

*This research used primary data which obtained through questionnaires to the respondents. The sample size were 150 respondents and taken with purposive sampling techniques. The data analysis using Structural Equation Modeling (SEM) through LISREL's program version 8.70*

*The results of this research indicate that corporate social responsibility and promotion mix offered by the body shop afford to increase the brand equity of the body shop outlets. And the brand equity that is formed could increase the customer repurchase intentions of the body shop in Surabaya.*

*Keywords: corporate social responsibility, promotion mix, brand equity, and customer repurchase intentions*