

PENGARUH KREDIBILITAS MEREK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DENGAN MODERASI KESADARAN MEREK DAN
CITRA MEREK PADA PRODUK ANDROID OPPO DI
SURABAYA



OLEH:
INDAHWATI
3103011003

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015

**PENGARUH KREDIBILITAS MEREK TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN DENGAN MODERASI KESADARAN
MEREK DAN CITRA MEREK PADA PRODUK ANDROID
OPPO DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

INDAHWATI

3103011003

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2015

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KREDIBILITAS MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DENGAN MODERASI KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK PADA PRODUK ANDROID OPPO DI SURABAYA

Oleh:

Indahwati

3103011003

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



JB. Budi Iswanto, Ph.D.
Tanggal: 6/4/2015

Pembimbing II,



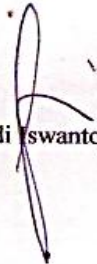
Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM
Tanggal: 6/4/2015

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Indahwati NRP: 3103011003

Telah diuji pada tanggal 10 April 2015 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



J.B. Budi Swanto, Ph.D

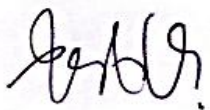
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak
NIK. 321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si
NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indahwati

NRP : 3103011003

Judul Skripsi: Pengaruh Kredibilitas Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Moderasi Kesadaran Merek Dan Citra Merek Pada Produk Android OPPO Di 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 Unika 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, 14 April 2015

Yang Menyatakan



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah yang telah dikaruniakan kepada penulis karena penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini digunakan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan-kesalahan mengingat keterbatasan kemampuan penulis serta keterbatasan data pendukung yang ada. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penulis.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan baik berupa masukan yang membangun, rekomendasi serta dukungan secara moril maupun materiil dari berbagai pihak sebagai pemberi semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit, SE., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

4. Bapak YB. Budi Iswanto, Ph.D., MA selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan-masukan bagi penulis.
5. Ibu Ninuk Mulyani, MM., Dra.Ec. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan-masukan bagi penulis.
6. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Papa, Mama, dan Kakak tercinta yang telah memberikan semangat, perhatian, dan sarana kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Seluruh keluarga dimanapun berada yang selalu mendukung, mendoakan, dan mengharapkan skripsi ini cepat terselesaikan.
9. Semua pihak yang telah berpartisipasi, mohon maaf karena tidak bisa menyebutkan satu persatu, tapi bantuan kalian sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap semoga mereka yang telah berbaik hati untuk membantu penulis mendapatkan balasan yang melimpah dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Akhir kata, semoga penulisan skripsi ini dapat menambah referensi bagi yang ingin melakukan penelitian sejenis dan pihak-pihak lainnya, baik sekarang maupun dimasa yang akan datang.

Surabaya, 6 April 2015

Indahwati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	
HALAMAN PENGESAHAN.....	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
ABSTRACT.....	
ABSTRAK.....	
BAB 1.PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Skripsi.....	7
BAB 2.TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	10
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	19
2.4. Model Penelitian.....	20
2.5. Hipotesis.....	21
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian.....	22

3.2. Identifikasi Variabel.....	22
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	22
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	24
3.5. Skala Pengukuran Variabel.....	24
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	24
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.8. Uji Kualitas Data.....	26
3.9. Teknik Analisis Data.....	26
3.10. Uji Hipotesis.....	27

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Obyek Penelitian.....	28
4.2. Deskripsi Data.....	30
4.3. Uji Kualitas Data.....	33
4.4. Teknik Analisis Data.....	34
4.5. Pembahasan.....	37

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	40
5.2. Saran.....	41

DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	43
-------------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.PerbandinganPenelitian.....	9
Tabel 4.1.Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	28
Tabel 4.2.Karakteristik Responden Berdasarkan JenisKelamin.....	28
Tabel 4.3.Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.4.Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	29
Tabel 4.5.Nilai Rata-Rata dan Deviasi Standar Variabel Kredibilitas Merek	30
Tabel 4.6.Nilai Rata-Rata dan Deviasi Standar Variabel Kesadaran Merek	31
Tabel 4.7.Nilai Rata-Rata dan Deviasi Standar Variabel Citra Merek.....	31
Tabel 4.8.Nilai Rata-Rata dan Deviasi Standar Variabel Minat Beli.....	32
Tabel 4.9.Hasil Pengujian Validitas.....	33
Tabel 4.10.Hasil Pengujian Reliabilitas.....	34
Tabel 4.11.Pengujian Moderasi Kesadaran Merek.....	35
Tabel 4.12.Pengujian Moderasi Citra Merek.....	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Customer Based Brand Equity Pyramid</i>	14
Gambar2.2.Model Penelitian.....	21

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2A : Identifikasi Responden
- Lampiran 2B : Jawaban Responden
- Lampiran 3 : Frekuensi
- Lampiran 4 : Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 : Uji Validitas
- Lampiran 6 : Uji Reliabilitas
- Lampiran 7A : *Moderated Regression Analysis*
- Lampiran 7B : *Moderated Regression Analysis*

**THE EFFECT OF BRAND CREDIBILITY ON CONSUMERS
PURCHASE INTENTION WITH THE MODERATING ROLE OF
BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE ON OPPO
ANDROID PRODUCT AT SURABAYA**

ABSTRACT

The purpose of this research was to clarify the effect of brand credibility on consumers purchase intention. Moreover, the purpose of this research also explains the moderating role of brand awareness and brand image in the influence brand credibility on consumers purchase intention. The variables of this research are brand credibility, brand awareness, brand image, and consumers purchase intention. The samples used in this study a total of 120 samples. Data were analyzed using Moderated Regression Analysis.

This research showing that research model testing showing that the it's approved (fit) and the result of hypothesis testing showing that the brand credibility influence on consumers purchase intention, brand awareness can moderate the influence of brand credibility on consumers purchase intention, as well as the brand image can moderate the influence of brand credibility on consumers purchase intention on OPPO android products at Surabaya.

Keywords: Brand Credibility, Brand Awareness, Brand Image, Consumers Purchase Intention.

**PENGARUH KREDIBILITAS MEREK TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN DENGAN MODERASI KESADARAN
MEREK DAN CITRA MEREK PADA PRODUK
ANDROID OPPO DI SURABAYA**

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh kredibilitas merek terhadap minat beli konsumen. Selain itu, tujuan penelitian ini juga menjelaskan peran kesadaran merek dalam memoderasi pengaruh kredibilitas merek terhadap minat beli konsumen serta peran citra merek dalam memoderasi pengaruh kredibilitas merek terhadap minat beli konsumen. Variabel penelitian ini meliputi kredibilitas merek, kesadaran merek, citra merek, dan minat beli konsumen. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 120 sampel. Teknik analisis data menggunakan *Moderated Regression Analysis*.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa model penelitian diterima dan hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas merek berpengaruh terhadap minat beli konsumen, kesadaran merek memoderasi pengaruh kredibilitas merek terhadap minat beli konsumen, serta citra merek memoderasi pengaruh kredibilitas merek terhadap minat beli konsumen pada produk android OPPO di Surabaya.

Kata Kunci: Kredibilitas Merek, Kesadaran Merek, Citra Merek, Minat Beli Konsumen