

**PENGARUH *BRAND CREDIBILITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED RISK* PADA SUSU CAIR MEREK GREENFIELDS
DI SURABAYA**



**OLEH :
IVAN KURNIAWAN
3103012029**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

PENGARUH *BRAND CREDIBILITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED RISK*
PADA SUSU CAIR MEREK GREENFIELDS
DI SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
IVAN KURNIAWAN
3103012029

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND CREDIBILITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED RISK*
PADA SUSU CAIR MEREK GREENFIELDS
DI SURABAYA

OLEH:
IVAN KURNIAWAN
3103012029

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, SE.,
MM., CPM (AP)
Tanggal: 12 Januari 2016

Dosen Pembimbing II,



Arini, SE, MM.

Tanggal: 14 Januari 2016

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Ivan Kurniawan

NRP : 3103012029

Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND CREDIBILITY*, TERHADAP
PURCHASE INTENTION MELALUI *PERCEIVED*
QUALITY DAN *PERCEIVED RISK* PADA SUSU CAIR
MEREK GREENFIELDS 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 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, 14 Januari 2016



Ivan Kurniawan

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Ivan Kurniawan, NRP. 3103012029.

Telah diuji pada Tanggal 27 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM (AP)
NIK 311.89.0163

Mengetahui:

Dekan,


Dr. Lodovikus Lasdi, MM
NIK. 321.96.03.70

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.
NIK. 311.99.0369

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala rahmat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Bisnis di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya guna meraih gelar Sarjana Ekonomi. Selain itu, melalui skripsi ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada semua pihak yang berkaitan terutama kepada para pelaku industri susu cair dalam kemasan dalam meningkatkan fungsi manajemen pemasarannya.

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari usaha, bimbingan, saran, kritik, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., 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. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM (AP) selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak dukungan dan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Ibu Arini, SE. MM. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan banyak dukungan, waktu, dan arahan dalam bimbingan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas segala bimbingan selama proses perkuliahan dan kelancaran penulisan skripsi.
6. Kedua orang tua tercinta, serta saudara-saudara yang telah memberikan banyak perhatian, doa, dan dukungan baik secara materi dan moril dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu memotivasi dan memberikan dukungan penuh Lolla Leopatria, Andrew Reinaldo Tjandra dan Sishilia Nova Citra Dewi.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis akan menerima dengan baik segala saran dan kritik yang diberikan. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Surabaya, 14 Januari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	10
2.3. Model Penelitian	25
2.4. Hipotesis Penelitian	26

BAB 3.	METODE PENELITIAN	
3.1.	Desain Penelitian	27
3.2.	Identifikasi Variabel	27
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4.	Jenis dan Sumber Data.....	29
3.5.	Pengukuran Variabel.....	30
3.6.	Alat dan Metode Pengumpulan Data	30
3.7.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.8.	Teknik Analisis Data	31
BAB 4.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Deskripsi dan Hasil Penelitian	36
4.1.1	Deskripsi dan Hasil Penelitian	36
4.1.2	Statistik Deskriptif Variable – Variabel Penelitian	36
4.2.	Analisis Data	41
4.2.1	Uji Normalitas Data	41
4.2.2	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	43
4.2.3	Uji Kecocokan Model Pengukuran	44
4.2.3.1	Uji Validitas	44
4.2.3.2	Uji Reliabilitas	46
4.2.4	Uji Kecocokan Model Struktural	47
4.2.5	Pengujian Hipotesis Penelitian	49

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	36
Tabel 4.2. Interval Rata-Rata Skor	37
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Credibility</i> (BC).....	38
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Quality</i> (PQ)	38
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i> (PR).....	39
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i> (PI)	40
Tabel 4.7. <i>Test of Univariate Normality for Continous</i> <i>Variables</i>	42
Tabel 4.8. <i>Test of Multivariate Normality for Continous</i> <i>Variables</i>	42
Tabel 4.9. Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	43
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas.	46
Tabel 4.12. Hasil Uji Hipotesis Penelitian	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Konseptual	25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.	Data Tentang Karakteristik Responden
Lampiran 3A.	Jawaban Responden Tentang Variabel BC dan PQ
Lampiran 3B.	Jawaban Responden Tentang Variabel PR dan PI
Lampiran 4	Statistik Identitas Responden
Lampiran 5	Statistik Deskriptif Variabel
Lampiran 6	Output SEM
Lampiran 7	Path Diagram Estimate
Lampiran 8	Path Diagram Standardized Solution
Lampiran 9	Path Diagram T-Value

ABSTRAK

Tingkat konsumsi susu cair di Indonesia masih menjadi hal yang sangat jarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand credibility* dari susu merek Greenfields ini terhadap *purchase intention* calon konsumen melalui *perceived quality* dan *perceived risk* dari produk itu sendiri.

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian survei. Dalam penelitian survei, data dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Pengertian survei dibatasi pada penelitian yang data-datanya akan dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi yang ada.

Perceived quality mengintervening variabel *brand credibility* terhadap *purchase intention* secara signifikan dan *perceived risk* juga berpengaruh secara signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceived quality* dan *perceived risk* mengintervening variabel *brand credibility* terhadap *purchase intention*.

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis dapat menambah variabel lain seperti *information cost saved*. Selain itu juga memperbarui subjek responden dan subjek penelitian. Greenfields harus menjaga *brand credibility* mereka agar menimbulkan *perceived quality* yang baik di dalam benak konsumen. Greenfields harus menjaga *brand credibility* mereka agar tidak menimbulkan *perceived risk* yang banyak di dalam benak konsumen.

Keywords : *brand credibility, perceived quality, perceived risk, purchase intention*

The Influence of Brand Credibility to Purchase Intention through Perceived Quality and Perceived Risk in Greendfields's milk in Surabaya

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of brand credibility, which in turn can create purchase intention for Greenfields milk in Surabaya. The research was conducted by distributing questionnaires as the primary data. The respondents in this research were 150 people, which then analyzed using structural equation modeling method to determine the effect between the study variables through LISREL 8.70.

The results of the study showed that the brand crediblity have a significant influence toward purchase intention through perceived quality and perceived risk in Greenfields's milk in Surabaya.

Keywords : brand credibility, perceived quality, perceived risk, purchase intention

