

**PENGARUH KREDIBILITAS MEREK, WORD OF MOUTH, DAN  
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT BELI PADA  
PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



**Oleh :**

**TIARA DARMAWANTI**  
**2012210791**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2016**

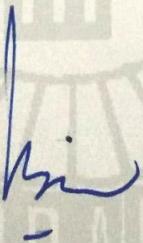
PENGARUH KREDIBILITAS MEREK, *WORD OF MOUTH*, DAN  
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT BELI PADA  
PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE  
DI SURABAYA

Diajukan Oleh :

TIARA DARMAWANTI  
2012210791

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal: 25 OKTOBER 2016 .



LAILA SALEH MARTA', S. Psi., M.MT., Psikolog

## **SKRIPSI**

### **PENGARUH KREDIBILITAS MEREK, WORD OF MOUTH, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE DI SURABAYA**

Disusun Oleh:

**TIARA DARMAWANTI**

**NIM: 2012210791**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 02 September 2016

Tim Penguji

Ketua : Dra. Lindiawati, M.M

Sekretaris : LailaSaleh Marta', S.Psi., M.MT., psikolog .....

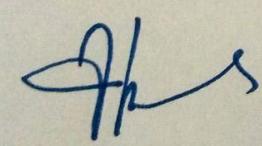
Anggota : Dr. Basuki Rachmat, SE., MM

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tiara Darmawanti  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 29 Desember 1994  
N.I.M : 2012210791  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Kredibilitas Merek, *Word of Mouth*, dan  
Persepsi Kualitas terhadap Niat Beli pada Produk  
Luwak White Koffie di Surabaya.

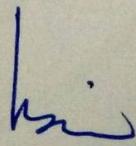
Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen  
Tanggal : 25 OKTOBER 2016



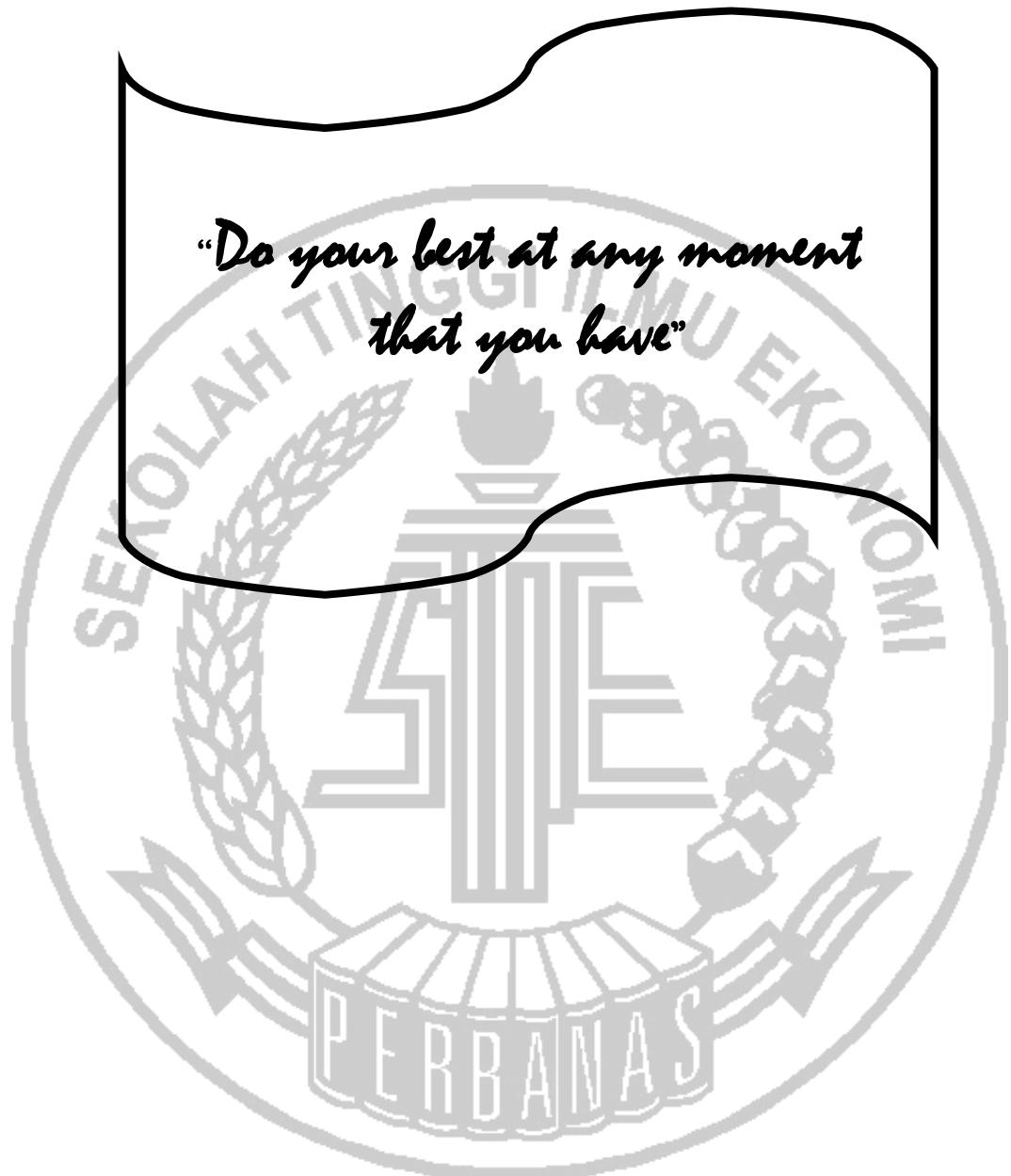
Dr. Muazaroh, SE., M. T.

Dosen Pembimbing  
Tanggal 25 OKTOBER 2016



Laila Saleh Marta', S. Psi., M.LMT., Psikolog

## MOTTO



## **PERSEMBAHAN**

Perjuangan terakhir bagi seorang mahasiswa adalah bisa menyelesaikan skripsi dengan baik, tanggal 02 September 2016 adalah hari yang sungguh luar biasa yang saya alami. Namun perjuangan belumlah berakhir, kini saatnya saya harus memulai hidup yang benar-benar harus diperjuangkan. Untuk itu skripsi ini saya persembahkan untuk :

**Allah SWT**

Yang telah memberikan rahmatNya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

**Ayah dan Ibu**

Skripsi ini saya persembahkan untuk Ayah dan Ibu saya, semoga Ayah dan Ibu puas dengan hasil yang saya dapatkan sekarang. Terima kasih selama ini sudah mensupport dan telah memberikan perhatian sepenuhnya untuk saya dalam proses membuat skripsi sampai dengan selesai.

**Sameone Special**

**(Edwin Aldrin)**

Terima kasih atas supportnya dan perhatiaan selama ini, dan tidak ada bosannya untuk mendengarkan cerita suka dan duka saya saat proses pembuatan skripsi hingga selesai, dan tidak bosan juga untuk menanyakan perkembangan proses pembuatan skripsi saya agar cepat terselesaikan.

**Sahabat sejati**

**(Enjiie, Gusty, Oktoviyani, Martha, Hedy, Eva, Ulfii)**

Terimah kasih selalu ada untuk saya dan selalu meluangkan waktu untuk menemani saya dalam proses penggerjaan skripsi, Saya sangat bersyukur dan beruntung memiliki teman-teman seperti mereka yang dari dulu selalu ada buat saya disaat saya senang dan duka, mengajarkan banya hal dan melakukan banya pengalaman hidup bersama-sama, hingga saya merasa mereka sudah menjadi keluarga kedua di hidup saya.

**Teman – teman Seperjuangan**

**(Dylla, Hilda, Lalu)**

Terima kasih atas kebersamaan dalam menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir perjuangan yang begitu luar biasa, dan akhirnya bisa menyelesaikan skripsi bersama-sama.

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**PENGARUH KREDIBILITAS MEREK, WORD OF MOUTH, DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT BELI LUWAK WHITE KOFFIE DI SURABAYA**". Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Penulis bersyukur bahwa pada akhirnya skripsi penelitian ini dapat diselesaikan meskipun dalam proses penyusunan ditemui kendala hambatan. Namun kendala hambatan dapat diatasi dengan baik. Penulis skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan moril dan materil dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, S.E., M.T. selaku Ketua Program Studi Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya dan selaku Dosen Wali yang telah membantu mengarahkan selama proses perkuliahan hingga penyusunan proposal skripsi ini.
3. Ibu Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., psikolog selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran Beliau dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada penulis selama proses pembelajaran.
5. Seluruh rekan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini.

Peneliti juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada penelitian ini. Oleh karena itu peneliti berharap agar pembaca untuk memberikan saran serta kritik yang dapat membangun.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif untuk kedepannya bagi jurusan manajemen khususnya bidang manajemen pemasaran.

Surabaya, 17 Oktober 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori.....	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.4 Hipotesis Penelitian.....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	23
3.2 Batasan Penelitian .....	24
3.3 Identifikasi Variabel.....	24
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	24
3.5 Instrumen Penelitian.....	28
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.7 Data dan Metode Pengumpulan data.....	31
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	32
3.9 Teknik Analisis Data.....	34
<b>BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS</b>	
<b>DATA.....</b>	<b>40</b>
4.1 Gambaran Subyek Penelitian .....	40
4.2 Analisis Data .....	42
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	51
4.4 Analisis Model Dan Pengujian Hipotesis .....	55

4.5	Pembahasan.....	60
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>64</b>
5.1	Kesimpulan .....	64
5.2	Keterbatasan penelitian .....	64
5.3	Saran .....	65

**DAFTAR RUJUKAN**  
**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b>	Tabel Top Brand Index White Coffee Pada Tahun 2014-2016	5
<b>Tabel 2.1</b>	Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	13
<b>Tabel 3.1</b>	Kisi-Kisi Kuesioner	28
<b>Tabel 3.2</b>	Tabel Uji Validitas Dan Reliabilitas Sampel Kecil	33
<b>Tabel 4.1</b>	Karakteristik responden berdasarkan Jenis kelamin	40
<b>Tabel 4.2</b>	Karakteristik responden berdasarkan usia	41
<b>Tabel 4.3</b>	Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir	42
<b>Tabel 4.4</b>	Kategori mean variabel bebas dan terikat	43
<b>Tabel 4.5</b>	Tanggapan responden terhadap kredibilitas merek	44
<b>Tabel 4.6</b>	Tanggapan responden terhadap <i>word of mouth</i>	45
<b>Tabel 4.7</b>	Tanggapan responden terhadap persepsi kualitas	46
<b>Tabel 4.8</b>	Tanggapan responden terhadap niat beli	47
<b>Tabel 4.9</b>	Uji Validitas	48
<b>Tabel 4.10</b>	Hasil pengujian reliabilitas pada variabel penelitian	50
<b>Tabel 4.11</b>	Hasil analisis uji multikolinearitas	52
<b>Tabel 4.12</b>	Hasil Uji <i>Kolmogrov-smirnov</i>	54
<b>Tabel 4.13</b>	Hasil Analisis Regresi Berganda	56
<b>Tabel 4.14</b>	Uji F	58
<b>Tabel 4.15</b>	Pengambilan Keputusan dari Hasil Pengujian $t_{hitung}$	59
<b>Tabel 4.16</b>	Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	60

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Penelitian Sheeraz et al (2012)	10
<b>Gambar 2.2</b> Kerangka penelitian khalid and rahman (2015)	11
<b>Gambar 2.3</b> Kerangka penelitian kittilertpaisan and chanchitpreecha (2013)	12
<b>Gambar 2.4</b> Kerangka pemikiran	22
<b>Gambar 4.1</b> Diagram <i>scatterplot</i>	53
<b>Gambar 4.2</b> Grafik normalitas p-p plot	55



## DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran**    1    Angket Instrumen Penelitian

**Lampiran**    2    Tabulasi Data Sampel Kecil

**Lampiran**    3    Tabel Data Sampel Besar

**Lampiran**    4    Data Responden Sampel Kecil

**Lampiran**    5    Data Responden Sampel Besar

**Lampiran**    6    Tanggapan Dan Karakteristik Responden

**Lampiran**    7    Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Sampel Kecil

**Lampiran**    8    Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Sampel Besar

**Lampiran**    9    Hasil Output SPSS Uji Hipotesis

**EFFECT OF BRAND CREDIBILITY , WORD OF MOUTH , AND  
PERCEPTION OF QUALITY OF INTENTION TO BUY  
PRODUCT LUWAK WHITE KOFFIE  
IN SURABAYA**

**TIARA DARMAWANTI**  
**2012210791@students.perbanas.ac.id**  
**NIM : 2012210791**

**ABSTRACT**

Competition between industries become so tight, one industry is experiencing a lot of competition are an industry engaged in manufacturing, especially in the food and beverage sector, this sector has the competition tight enough of them are industrial products of coffee, coffee is a drink made from coffee beans are processed by way of roasted and ground coffee into a powder, such as Luwak White Koffie which is the latest products at affordable prices cheaper than PT. Javaprime Abadi previously known to the public as a company that produces good quality of civet coffee in Indonesia. The aim of research to test the significance of the simultaneous effect of partial and credibility of the brand, word of mouth, perception of quality to consumers on the product's purchase intention Luwak White Koffie in Surabaya. Causal comparative study design. Methods of data collection using the questionnaire. The sample population in this study were residents of Surabaya who know and have seen ad Luwak White Koffie in television media or other media and never see the product packaging Luwak White Koffie. The sampling technique in this study using nonprobability Sampling and also using the convenience sampling technique with a sample size of 80 samples. Analysis of data using multiple linear regression analysis. The results of the data analysis and discussion can be concluded credibility of the brand, word of mouth, and the perception of quality partially and simultaneously significant effect on purchase intention Luwak White Koffie in Surabaya.

**Keywords :** Brand Credibility, Word Of Mouth, Perceived Quality of Intention to Buy

**PENGARUH KREDIBILITAS MEREK, WORD OF MOUTH, DAN  
PERSEPSI KUALITAS TERHADAP NIAT BELI PADA  
PRODUK LUWAK WHITE KOFFIE  
DI SURABAYA**

**TIARA DARMAWANTI**  
[2012210791@students.perbanas.ac.id](mailto:2012210791@students.perbanas.ac.id)  
**NIM : 2012210791**

**ABSTRAK**

Saat ini tingkat persaingan antar industri menjadi sedemikian ketat, salah satunya industri yang mengalami banyak persaingan adalah industri yang bergerak di bidang manufaktur khususnya pada sektor makanan dan minuman, sektor makanan dan minuman yang memiliki persaingan cukup ketat salah satunya adalah industri yang bergerak pada produk kopi, kopi merupakan minuman yang terbuat dari biji kopi yang udah diolah dengan cara disangrai dan dihaluskan menjadi bubuk kopi, seperti Luwak White Koffie yang merupakan produk terbaru dengan harga yang terjangkau murah dari PT. Javaprime Abadi yang sebelumnya udah dikenal oleh masyarakat sebagai perusahaan yang memproduksi kopi luwak yang berkualitas bagus di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji signifikansi pengaruh parsial dan simultan dari kredibilitas merek, *word of mouth*, persepsi kualitas terhadap niat beli konsumen pada produk Luwak White Koffie di Surabaya. Rancangan penelitian ini adalah studi kausal komparatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner. Populasi sampel dalam penelitian ini adalah penduduk Surabaya yang mengetahui dan pernah melihat iklan Luwak White Koffie di media Televisi atau media yang lain dan pernah melihat kemasan produk Luwak White Koffie. Teknik pengambilan sampel pada penelitian kali ini menggunakan *Nonprobability Sampling* dan juga menggunakan teknik *convenience sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 80 sampel. Analisis data menggunakan Analisis regresi linier berganda. Hasil analisa data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa kredibilitas merek, *word of mouth*, dan persepsi kualitas secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap niat beli Luwak White Koffie di Surabaya.

**Kata Kunci : Kredibilitas Merek, Word Of Mouth, Persepsi Kualitas Niat Beli**