

**KOLABORASI RISET  
DOSEN DAN MAHASISWA**

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI RISIKO, SIKAP MEREK, DAN  
KREDIBILITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA  
PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN  
(AMDK) BEROKSIGEN MEREK  
CLEO DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen**



**Oleh :**

**WILDAN ISAMAR KURNIA**

**NIM : 2013210318**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA**

**2017**

**KOLABORASI RISET  
DOSEN DAN MAHASISWA**

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI RISIKO, SIKAP MEREK, DAN  
KREDIBILITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA  
PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN  
(AMDK) BEROKSIGEN MEREK  
CLEO DI SURABAYA**

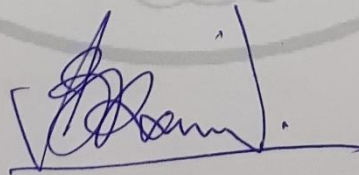
Diajukan oleh

**Wildan Isamar Kurnia**

**N.I.M : 2013210318**

Skripsi ini telah dibimbing  
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing  
Tanggal : 03 - oktober - 2017



**(Dr. Basuki Rachmat, SE., MM.)**

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI RISIKO, SIKAP MEREK, DAN  
KREDIBILITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA  
PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN  
(AMDK) BEROKSIGEN MEREK  
CLEO DI SURABAYA

Disusun oleh

Wildan Isamar Kurnia

2013210318

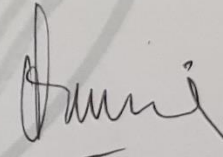
Dipertahankan di depan tim penguji

Dan dinyatakan lulus skripsi

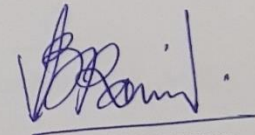
Pada tanggal 22 Agustus 2017

Tim Penguji

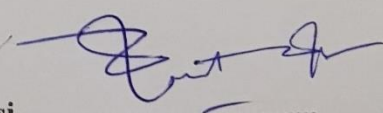
Ketua : Dra. Lindiawati, M.M.



Sekretaris : Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M.



Anggota : Dr. Dra. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psi.

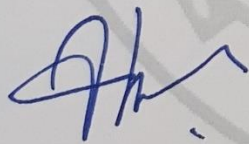


## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wildan Isamar Kurnia  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 11 January 1995  
N.I.M : 2013210318  
Program Studi : Manajemen  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Citra Merek, Persepsi Risiko, Sikap Merek,  
dan Kredibilitas Merek Terhadap Niat Beli Pada Produk  
Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Beroksigen  
Merek Cleo di Surabaya.

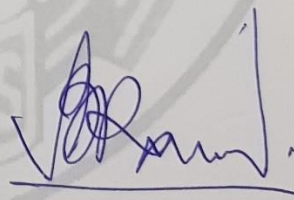
**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen  
Tanggal : 03-Oktober-2017



**(Dr. Muazaroh, S.E., M.T.)**

Dosen Pembimbing  
Tanggal : 03-Oktober-2017



**(Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM.)**

# **MOTTO**

**JANGAN JADI JAGOAN  
DIKANDANG SENDIRI, TETAPI  
JADILAH JAGOAN DIKANDANG  
LAWAN**

**INGAT PESAN SAYA  
(WILDAN ISAMAR KURNIA)**

**2013210318**

**SALAM SATU NYALI**

**WANI !!!**

## **Persembahan**

Saya ucapkan banyak terimakasih yang berperan membantu saya dan memotivasi dalam pengerjaan skripsi ini.

### **Allah SWT serta Nabi Besar Kita Muhammad SAW**

Alhamdulillah saya panjatkan puja dan puji syukur kepada Allah SWT serta salam pada Nabi besar kita Muhammad SAW, yang telah memberi ilmu dan mengabulkan doa saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu dan hasil akhir yang memuaskan.

### **PAPA dan MAMA**

Terimakasih untuk kedua orangtua saya, yang sudah membesarkan anakmu ini menjadi orang yang berguna bagi nusa dan bangsa, Jasamu tak pernah hilang dihatiku (SAATNYA MEMBALAS JASA-JASAMU).

### **KAKAK OKTA**

Terimakasih untuk masku, yang terkadang memberi uang saku dan uang tambahan untuk skripsi ini.

### **BAND JAGANG PINGGIR**

Terimakasih untuk personil Jagang Pinggir : Akmal, Rizqi Diansyah (Cici), Rendy Bogar, M. Fitrah (Kipli Marley), dan Anggara Yudha aku lulus disek lorrrr, ojek lali tetep band-bandan kalau ketemuu dan jangan lupa silaturahmi tetap dijaga, jangan sampai putus jadi teman, kita keluarga

### **REA – REO**

Saya berterimakasih sama TIM REA – REO yang sudah menemani saya samapai LULUS Kuliah dan memberi semangat. Tetep RESEK LORRR.

### **Bapak Basuki Selaku Dosen Pembimbing**

Makasih Pak Bas atas ilmunya, pokoke suwon seng akeh dan jasamu tak eleng terus Pak Bas

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan inayah melalui ilmu yang diberikan saya sehingga skripsi dengan berjudul “ **PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI RISIKO, SIKAP MEREK DAN KREDIBILITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) BEROKSIGEN MEREK CLEO DI SURABAYA**”.

Dapat terselesaikan dalam memenuhi tugas skripsi. Peneliti sangat bersyukur bahwa akhirnya skripsi ini dapat diwujudkan dengan diiringi kesadaran bahwa segala keterbatasan masih terdapat di dalam skripsi ini yang masih perlu untuk dikoreksi. Kesadaran bahwa masih banyak hal – hal yang terus dikoreksi, maka hal ini menyebabkan hambatan untuk menyelesaikan skripsi. Namun hambatan tersebut bisa teratasi dengan baik, walaupun memerlukan waktu yang cukup lama. Akhirnya, peneliti berharap bagi yang membaca agar menjadi motivasi atau dapat menjadi kontribusi positif. Berharap terdapat koreksi – koreksi yang membangun agar dapat melahirkan berbagai inovasi dan inspirasi kepada orang lain atau pembaca serta memberikan kontribusi yang jauh lebih baik dari peneliti.

Penulis juga terinspirasi dengan berbagai pihak sehingga membantu penulis mulai awal perkuliahan sampai dengan menyusun skripsi ini karena bimbingannya dan arahannya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Basuki Rachmat, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmunya kepada saya dan memotivasi saya
2. Orang tua saya yang selalu memberikan motivasi agar cepat menyelesaikan skripsi.
3. Keluarga Besar Band Jagang Pinngir dengan personil Akmal Madani, Rizqi Diansyah, Lorens Pribadi Bogar, Kipli Marley, dan Anggara Yudha.
4. Teman – teman kolaborasi seperjuangan saya, yang selalu mengingatkan untuk cepat menyelesaikan skripsi.

Dengan ini penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari kesempurnaan, kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak supaya berguna untuk perbaikan skripsi ini dan menjadi lebih baik.

Surabaya, Juli 2017

Peneliti





## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN AKHIR .....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Perumusan Masalah .....	5
1.3    Tujuan Penelitian .....	6
1.4    Manfaat Penelitian .....	7
1.5    Sistematika Penulisan Proposal .....	8
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1    Penelitian Terdahulu .....	10
2.2    Landasan Teori .....	24
2.3    Kerangka Pemikiran .....	40
2.4    Hipotesis Penelitian .....	41
<b>BAB III   METODE PENELITIAN</b>	
3.1    Rancangan Penelitian .....	42
3.2    Batasan Penelitian .....	43
3.3    Identifikasi Variabel .....	43
3.4    Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	44
3.5    Instrumen Penelitian .....	49
3.6    Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	51
3.7    Data dan Metode Pengumpulan Data .....	53
3.8    Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	54
3.9    Teknik Analisis Data .....	56
<b>BAB IV    GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA</b>	
4.1    Gambaran Subyek Penelitian .....	64
4.2    Analisis Data .....	68
4.3    Pembahasan .....	93

**BAB V PENUTUP**

5.1	Kesimpulan .....	100
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	101
5.3	Saran .....	102

**DAFTAR RUJUKAN  
TURNITIN**



## DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 1.1	Top Brand Indonesia produk air minum dalam kemasan (AMDK) beroksigen tahun 2015, 2016, dan 2017	2
Tabel 2.1	Perbedaan dan Persamaan Peneliti Terdahulu	21
Tabel 3.1	Skala Interval	35
Tabel 3.2	Kisi – kisi kuisioner	49
Tabel 3.3	<i>Goodnes of fit indices</i>	62
Tabel 4.1	Karateristik responden berdasarkan jenis kelamin	65
Tabel 4.2	Karateristik responden berdasarkan usia	65
Tabel 4.3	Karateristik responden berdasarkan pendidikan akhir	66
Tabel 4.4	Karateristik responden berdasarkan pekerjaan	66
Tabel 4.5	Karateristik responden berdasarkan pengeluaran per-bulan	67
Tabel 4.6	Karateristik responden berdasarkan mengkonsumsi per-bulan	67
Tabel 4.7	Interval	68
Tabel 4.8	Tanggapan responden terhadap varaibel citra merek	69
Tabel 4.9	Tanggapan responden terhadap varaibel persepsi risiko	70
Tabel 4.10	Tanggapan responden terhadap varaibel sikap merek	71
Tabel 4.11	Tanggapan responden terhadap varaibel kredibilitas merek	72
Tabel 4.12	Tanggapan responden terhadap varaibel niat beli	73
Tabel 4.13	<i>Assesment of normality</i>	76
Tabel 4.14	Uji Multivariate Outliers	78
Tabel 4.15	Uji Validitas Indikator	81
Tabel 4.16	Kriteria <i>goodness of fit</i> Multivariate Model Awal	81
Tabel 4.17	Kriteria <i>goodness of fit</i> Multivariate Model Akhir	83
Tabel 4.18	Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.19	Kriteria <i>goodness of fit</i> Pengujian model awal struktural	87

Tabel 4.20	Output Modification index	88
Tabel 4.21	Kriteria <i>goodness of fit</i> pengujian model akhir struktural	89
Tabel 4.22	Hasil akhir model persamaan struktural	90



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	13
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	15
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	17
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran	19
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 3.1 Model Awal Jalur Path	58
Gambar 4.1 Pengujian Model Awal Struktural	74
Gambar 4.2 Pengujian Multivariate CFA Model Awal	80
Gambar 4.3 Pengujian Multivariate CFA Model Akhir	83
Gambar 4.4 Pengujian Model Persamaan Struktural Penelitian	86
Gambar 4.5 Pengujian Revisi Persamaan Struktural Model Akhir	88

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Identitas Responden
- Lampiran 3 : Data Tanggapan Responden
- Lampiran 4 : *Output* Statistik Karakteristik Responden
- Lampiran 5 : Frekuensi Tabel
- Lampiran 6 : Model Struktural Sem Amos
- Lampiran 7 : Output Data *Assessment of Normality*
- Lampiran 8 : Output Uji Awal Mahalonobis Distance
- Lampiran 9 : Pengujian Validitas CFA Multivariate Model Awal
- Lampiran 10 : Output Uji Validitas CFA Multivariate Standardized Regression Weights
- Lampiran 11 : Pengujian Revisi Multivariate CFA Model Akhir
- Lampiran 12 : Reliabilitas
- Lampiran 13 : Pengujian Model Persamaan Struktural Penelitian
- Lampiran 14 : Pengujian Revisi Persamaan Struktural Model Akhir
- Lampiran 15 : Output Pengujian Revisi Persamaan Struktural Model Akhir

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PERCAIVED RISK, BRAND ATTITUDE  
AND BRAND CREDIBILITY TOWARD PURCHASE INTENTION  
OF CLEO OXYGEN BOTTLED WATER PRODUCT  
IN SURABAYA**

**Wildan Isamar Kurnia**

**STIE Perbanas Surabaya**

**Email: 2013210318@students.perbanas.ac.id**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Brand image, Perceived Risk, Brand Attitude, And Brand Credibility toward Purchase Intention of Cleo Oxygen Bottled Water Product in Surabaya. This research is a survey one with causal relationship constructs, so questionnaire is the main data source. Questionnaire measured with Likert scale and then data analysis done using structural equation model using Amos 22.0 program. The results showed that Brand Image significantly influence Perceived Risk because the standardized regression weight is -0.983 with value of C.R of -13.702 and p value of 0.001. Perceived Risk does not significantly influence Purchase Intention because standardized regression weight is -1.072 with value of C.R of -1.026 and p value of 0.305. Brand Image does not significantly influence Purchase Intention because standardized regression weight is -1.107 with value of C.R of -1.049 and p value of 0.294. Brand Image significantly influence Brand Attitude because the standardized regression weight is 0.474 with value of C.R of -1.125 and p value of 0.260. Brand Attitude does not significantly influence Purchase Intention because standardized regression weight is -0.202 with value of C.R of -1.125 and p value of 0.260. Brand Credibility significantly influence Brand Attitude because the standardized regression weight is 0.448 with value of C.R of 3.302 and p value of 0.001. Brand Credibility significantly influence Purchase Intention because the standardized regression weight is 1.230 with value of C.R of 6.092 and p value of 0.001.*

*Keywords: Brand Image, Perceived Risk, Brand Attitude, Brand Credibility, Purchase Intention, Cleo Oxygen Bottled Water.*

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI RISIKO, SIKAP MEREK DAN  
KREDIBILITAS MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK  
AIR DALAM KEMASAN (AMDK) BEROKSIGEN MEREK  
CLEO DI SURABAYA**

**Wildan Isamar Kurnia**

STIE Perbanas Surabaya

Email: 2013210318@students.perbanas.ac.id

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Citra Merek, Persepsi Risiko, Sikap Merek dan Kredibilitas Merek terhadap Niat Beli Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan di Surabaya. Penelitian ini menurut pendekatannya menggunakan penelitian kuantitatif, Karena variabelnya bersifat sebab-akibat, dimana data penelitiannya berupa angka dan dianalisis melalui metode statistik. Sumber data utama penelitian ini berasal dari kuesioner yang diukur dengan skala Likert dan disebarikan kepada sebanyak 130 orang konsumen Beng-beng di Surabaya. Sampel dipilih secara dengan teknik *judgment sampling* dalam katagori *Non Probability sampling*. Data penelitian kemudian dianalisis dengan teknik model persamaan struktural (SEM) dengan memanfaatkan program AMOS 22.0. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Risiko karena pengaruhnya memiliki nilai p sebesar 0,001 ( $p \geq 0,05$ ). Persepsi Risiko berpengaruh tidak signifikan terhadap niat beli karena pengaruhnya memiliki nilai p sebesar 0,497 ( $p < 0,05$ ). Citra merek terhadap berpengaruh tidak signifikan terhadap Niat Beli karena pengaruhnya memiliki nilai p sebesar 0,576 ( $p < 0,05$ ). Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Sikap Merek karena pengaruhnya memiliki nilai p sebesar 0,001 ( $p \geq 0,05$ ). Sikap Merek berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli karena pengaruhnya memiliki nilai p sebesar 0,040 ( $p \geq 0,05$ ). Kredibilitas Merek berpengaruh signifikan terhadap Sikap Merek karena pengaruhnya memiliki nilai p sebesar 0,001 ( $p < 0,05$ ) Kredibilitas Merek berpengaruh signifikan terhadap Niat Beli karena pengaruhnya memiliki nilai p sebesar 0,001 ( $p \geq 0,05$ ).

*Kata Kunci : Citra Merek, Persepsi Risiko, Sikap Merek, dan Kredibilitas Merek, Niat Beli, Air Minum Dalam Kemasan Merek Cleo Beroksigen*