

**PENGARUH KREDIBILITAS MEREK DAN KUALITAS YANG DIRASA,
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SEMEN DI SURABAYA**

(Studi Kasus Pada Produk Semen Gresik Dan Indocement)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen**



OLEH :

DANA YOHANGGA

2010210122

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2014**

**PENGARUH KREDIBILITAS MEREK DAN KUALITAS YANG DIRASA,
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SEMEN DI SURABAYA**

(Studi Kasus Pada Produk Semen Gresik Dan Indocement)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen**

Diajukan oleh:

DANA YOHANGGA

NIM : 2010210122

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 28 Februari 2014



(Drs.Ec HARRY WIDYANTORO, M.Si)

SKRIPSI
PENGARUH KREDIBILITAS MEREK DAN KUALITAS YANG DIRASA,
TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SEMEN DI SURABAYA
(Studi Kasus Pada Produk Semen Gresik Dan Indocement)

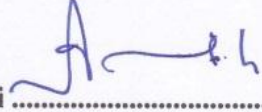
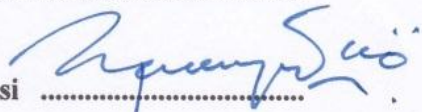

Disusun oleh

Dana Yohangga

NIM : 2010210122

Dipertahankan di depan Tim Penguji dan
dinyatakan Lulus Ujian Skripsi pada
tanggal 28 Februari 2014

Tim Penguji

Ketua	: Dra.Ec.Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si	
Sekretaris	: Drs.Ec HARRY WIDYANTORO, M.si	
Anggota	: Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT.	

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dana Yohangga
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 2 juni 1992
N.I.M. : 2010.210.122
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh kredibilitas merek dan kualitas yang dirasa,
terhadap minat beli ulang produk Semen di Surabaya.
(Studi kasus pada produk Semen Gresik dan
Indocement)

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing

Tanggal : 28 Februari 2014



(Drs.Ec HARRY WIDYANTORO, M.Si)

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Tanggal : 28 Februari 2014



MELLYZA SILVY S.E., M.Si

MOTTO

**“ Komitmen 100 % Lakukan Atau Tidak Sama Sekali & Tidak Ada
Kemunduran Prestasi ”**

Persembahan

Syukur Alhamdulillah kehadiran **Allah SWT** akhirnya selesai sudah penantian panjang untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini dipersembahkan penulis untuk **Papa** dan **Mama Sunjani** yang tak henti mendukung dengan berbagai doa yang sangat mulia dan materi yang tak terhitung, untuk adik-adikku **Dani Aris Hanggara** dan **Edo Ari Hanggara** dan seluruh keluarga terutama keluarga **Hanggara** yang selalu menyayangiku dan mendukungku hingga selesai kuliah ini, kepada **Bapak Drs.Ec HARRY WIDYANTORO** yang dengan sangat sabar membimbing segala proses penyelesaian skripsi ini.

Untuk teman kompak **“Three BDG” (Banu Caesar, Dana Yohangga, Galihna Prayoga)** selalu ada kangen ingin bersama sama ketika kuliah dan liburan, dengan teman – teman yang sudah mau menemani hari-hari kuliah selama di kampus ini, meskipun jujur terkadang ngeselin, bosan lihat muka-muka kalian di setiap semester, tapi kalian semua luar biasa. Buat genk sinyo (**Kusumo,Eros,Hery,Meta,April**) yang sudah menghiburku ketika lelah mengerjakan skripsi “terima kasih banyak sob” dan semua pihak yang tak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung. Terima kasih sebanyak-banyaknya kepada **Mohammad Khilmi** yang telah mengajari saya menghitung dengan SPSS . Kalian semua luar biasa.

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kredibilitas Merek dan Kualitas yang Dirasa, Terhadap Minat Beli Ulang Semen di Surabaya” studi kasus pada produk Semen Gresik dan Indocement dapat terselesaikan dan telah dinyatakan lulus.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah dalam rangka memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan sarjana strata satu (S1) Jurusan Manajemen Pemasaran STIE Perbanas Surabaya.


Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs.Ec HARRY WIDYANTORO, M.si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr.Dra.Psi. Tatik Suryani, M.M. selaku dosen wali dan ketua STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dra.Ec.Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si. dan Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT, selaku dosen penguji yang telah membantu selama proses penyelesaian skripsi.
4. Ibu Mellyza Silvy S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya
5. Bapak/Ibudosen-dosen yang telah mengajar selama penulis menjalani masa perkuliahan di STIE Perbanas Surabaya.
6. Seluruh staf karyawan perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas yang telah banyak memberikan bantuan.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan sumbangan berharga dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi masih jauh dari tingkat kesempurnaan penulisan skripsi dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, untuk langkah lebih maju penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan penulis berharap penulisan skripsi ini dapat menambah pengetahuan penulis serta bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 28 februari 2014



Dana Yohangga

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SIAP DIUJI.....	i
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESHAAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	17
2.3 Kerangka Penelitian	21
2.4 Hipotesis	21
BAB III	23
METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Rancangan Penelitian.....	23
3.2 Batasan Penelitian.....	23
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian	23
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
3.4.1 Kredibilitas Merek	24
3.4.2 Kualitas yang Dirasa	25
3.4.3 Minat Beli Ulang	25
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.5.1 populasi.....	27
3.5.2 Sampel	27
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	27
3.6 Instrumen Penelitian	28
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	30
3.7.1 Sumber Data	30
3.7.2 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	31
3.8.1 Uji Validitas	31
3.8.2 Uji Reliabilitas	32

3.9	Teknik Analisis Data	33
3.9.1	Teknik Analisis Deskriptif	33
3.9.2	Analisis Statistik	33
3.9.3	Analisis untuk menguji hipotesis	33
BAB IV		41
GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA		41
4.1	Gambaran Subjek Penelitian	41
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Banyak Pembelian	44
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pilihan Produk	44
4.2	Analisis Data	45
4.2.1	Uji Validitas dan Uji Realibilitas	45
4.2.2	Analisis Deskriptif	46
4.2.3	Analisis Statistik	49
4.3	Pembahasan Hasil	58
4.3.1	Pengaruh Kredibilitas Merek Dan Kualitas Yang Dirasa Secara Serempak Berpengaruh Terhadap Minat Beli Ulang	58
4.3.2	Pengaruh Kredibilitas Merek Dan Kualitas Yang Dirasa Secara Parsial Terhadap Minat Beli Ulang	59
4.3.3	Pengujian Perbedaan Kredibilitas Merek Antara Semen Gresik dan Indocement	61
4.3.4	Pengujian Perbedaan Kualitas Yang Dirasa Antara Semen Gresik dan Indocement	63
BAB V		65
PENUTUP		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Keterbatasan Penelitian	65
5.3	Saran	66
DAFTAR RUJUKAN		69

Daftar Tabel

TABEL 1.1	Pendapatan Dan Market Share	2
TABEL 1.2	Market Share 2011	2
TABEL 2.1	Perbedaan Peneliti Terdahulu Dengan Peneliti Yang Sekarang	14
TABEL 3.1	Kisi Kisi Kuisisioner	29
TABEL 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
TABEL 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
TABEL 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
TABEL 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Banyak Pembelian	43
TABEL 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pilihan Produk.....	43
TABEL 4.6	Uji Validitas Semen Gresik dan Indocement	44
TABEL 4.7	Uji Realibilitas Semen Gresik dan Indocement	45
TABEL 4.8	Rentang Skala Lima Scor	46
TABEL 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Kredibilitas Merek	47
TABEL 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Yang Dirasa.....	47
TABEL 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli Ulang	48
TABEL 4.12	Hasil Regresi Linier Berganda	49
TABEL 4.13	Nilai Korelasi Parsial	50
TABEL 4.14	Tabel Uji F	51
TABEL 4.15	Hasil Hiptesis Uji F.....	51
TABEL 4.16	Hasil R Square.....	52
TABEL 4.17	Hasil Uji T.....	52
TABEL 4.18	Hasil Hipotesis Uji T.....	52
TABEL 4.19	Nilai Rata – Rata Kredibilitas Merek.....	54
TABEL 4.20	Hasil Mean Uji Beda 2 Sampel.....	54
TABEL 4.21	Tabel Tes Sampel Bebas	55
TABEL 4.22	Nilai Rata-Rata Kualitas Yang Dirasa	56
TABEL 4.23	Hasil Mean Uji Beda 2 Sampel Bebas	56
TABEL 4.24	Tabel Tes Sampel Bebas	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Penelitian Tae Hyun Baek and Karen Whitehill King.....	10
Gambar 2.2	Kerangka Penelitian Elyria Kemp and MyBui.....	13
Gambar 2.3	Kerangka Penelitia	20
Gambar 3.1	Daerah penerimaan dan penolakan Ho Uji F	34
Gambar 3.2	Daerah penolakan dan penerimaan Ho Uji t sisi kiri	37
Gambar 3.3	Daerah penolakan dan penerimaan Ho Uji t sisi dua sisi.....	38
Gambar 4.1	Daerah penerimaan Ho dan H1	55
Gambar 4.2	Daerah penerimaan Ho dan H1	56

LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data Responden dan Data Kuesioner
- Lampiran 2 : Deskriptif Responden
- Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 : Analisis Deskriptif
- Lampiran 5 : Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 6 : Kuesioner
- Lampiran 7 : Jadwal Skripsi

*The research is "The Effect Of Perceived Quality and brand credibility to Buying
Flowers Of The Re cement in Surabaya. (case study on cement Gresik and
Indocement)*

ABSTRACT

This study on the phenomenon of the city, many people use traditional cement as a building material to construct a building, the number of requests to create the feel of a regular cement product innovation by the company. By buying interest re-conducted consumer, then the consumer can feel the quality of the existing cement products they buy, and consumer-perceived quality will not escape from the sense of comfort that can be users of the products they use and this could make the brand was elected to credible in the minds of the users of cement and the perceived quality of products do shoppers returning the product. After a literature review and hypothesis formulation, data collected using questionnaires on 120 respondents cement. object used is Cement Gresik and Indocement. The hypothesis of this study are as follows:

1) The effect of brand credibility and perceived quality simultaneously significantly influence buying interest re cement Gresik and Indocement products in Surabaya 2) influence the perceived credibility and quality partially significant effect on buying interest re Cement Gresik and Indocement products in Surabaya. 3) whether there are is a difference between brand credibility Cement Gresik and Indocement product in Surabaya. 4) whether there is a difference between , perceived quality Cement Gresik and Indocement in Surabaya.

Keyword: brand credibility, perceived quality, buying interest, cement