

**PENGARUH KREDIBILITAS MEREK, KUALITAS YANG DIRASA DAN  
PENGUNAAN SELEBRITI DALAM IKLAN TERHADAP  
MINAT BELI SHAMPO PANTENE  
DI SURABAYA**

**S K R I P S I**

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



Oleh :

**RUSMALA WITJAKSONO**  
2011210329

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2 0 1 5**

**PENGARUH KREDIBILITAS MEREK, KUALITAS YANG DIRASA DAN  
PENGUNAAN SELEBRITI DALAM IKLAN TERHADAP  
MINAT BELI SHAMPO PANTENE  
DI SURABAYA**

**S K R I P S I**

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



Oleh :

**RUSMALA WITJAKSONO**  
2011210329

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2 0 1 5**

**PENGARUH KREDIBILITAS MEREK, KUALITAS YANG DIRASA DAN  
PENGUNAAN SELEBRITI DALAM IKLAN TERHADAP  
MINAT BELI SHAMPO PANTENE  
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**RUSMALA WITJAKSONO**

**2011210329**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal :03 Agustus 2015



**(Drs. Irawan, M.M.)**

**PENGARUH KREDIBILITAS MEREK, KUALITAS YANG DIRASA DAN  
PENGUNAAN SELEBRITI DALAM IKLAN TERHADAP  
MINAT BELI SHAMPO PANTENE  
DI SURABAYA**

Disusun oleh :

**RUSMALA WITJAKSONO**

**2011210329**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 14 Agustus 2015

Tim Penguji

**Ketua : Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si.**



**Sekretaris : Drs. Irawan, M.M.**



**Anggota : Dr. Basuki Rachmat, SE.,MM**



## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rusmala Witjaksono  
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 13 Agustus 1992  
N.I.M : 2011210329  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Kredibilitas Merek, Kualitas yang Dirasa dan Penggunaan Selebriti dalam Iklan terhadap Minat Beli Shampo Pantene di Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Sarjana Manajemen  
Tanggal : 16 Oktober 2015



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

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 12 Oktober 2015



**(Drs. Irawan, M.M.)**

# **PERSEMBAHAN**

## **Yang Utama Dari Segalanya...**

Alhamdulillah .....

Sembah sujud serta syukur kepada **ALLAH SWT** yang telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.

**Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi**

### **Bapak Dwi Heru Witjaksono dan Ibu Umi Rusmala Wati**

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Bapak yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Bapak karna kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk Ibu dan Bapak yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik,  
Terima Kasih Ibu dan Bapak .....

### **Papaku “ Muhammad Irfan Afandi ”**

Pa, Terima kasih atas kasih sayang, perhatian, dan kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, makasih juga sudah jadi tempat unek-unek dan membantu aku dalam penyebaran kuesioner hehehe, semoga papa pilihan yang terbaik buatku dan masa depanku .  
Terima kasih “pa”....

### **Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji**

**Bapak Drs.Irawan, M.M.** selaku dosen pembimbing tugas akhir saya, terima kasih banyak...pak., saya sudah dibantu selama ini sudah dinasehati, sudah diajari, saya tidak akan lupa atas bantuan dan kesabaran dari bapak dan untuk

**Bapak Dr.Basuki Rachmat,SE.,MM, Bapak Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH dan Ibu Dra.Ec.Aniek Maschudah Ilfitriah,M.Si .**

Terima kasih banyak. Bapak dan Ibu sebagai dosen penguji yang selalu meluangkan waktu dan ilmunya, dan Seluruh Dosen Pengajar S1. Manajemen Pemasaran: Terima kasih banyak untuk semua ilmu, didikan dan pengalaman yg sangat berarti yang telah kalian berikan.

### **My Best friend's**

Buat sahabatku **Wike Widawati, Inon Kharisma, sahsa (Desi Dwi susanti), Vira (Mervira) dan Merry Agil A.** terimakasih untuk waktu, semangat yang selalu ada. terima kasih juga untuk teman-teman atas bantuan, doa, nasehat, hiburan, traktiran, ejekkan, dan semangat yang kamu berikan selama aku kuliah, aku tak akan melupakan semua yang telah kamu berikan selama empat tahun ini, untuk : **Bunga, yunisva, wijaya, Rima, Risna ,mytha, elwin, shabrina, shinta, debby, kyher, leo, shara, yolanda,mbak Karin, eza,assad, cunafak, ical, mifta, gabie, putra, aldy, vessa, ogek , Adhif, Ahong, ellen , dian ekayanti, esty, vio, upik, samid, nina, Almarhum Ita Fitriani, trisha, soleh, tassa, damie, balqis, ridha , shita, edwin , unia, bebe, diah, widya, untuk semua angkatan Manajemen 2011, untuk Grup LINE “SKRIPSI KEKINIAN”** Dan masih banyak lagi, oiaa perjuangan kita baru di mulai kawan . Untuk semua warga **UKM BAND STIE PERBANAS SURABAYA** terimakasih sudah menjadi keluarga dan sudah memberikan banyak pengalaman organisasi yang sangat-sangat membaantu.

**Your Dreams Today, Can Be Your Future Tomorrow**  
**RUSMALA WITJAKSONO**

## **KATA PENGANTAR**

Segala Puji Syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, sehingga atas Rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Strata Satu Jurusan Manajemen, dengan judul **“Pengaruh Kredibilitas Merek, Kualitas yang Dirasa dan Penggunaan Selebriti dalam Iklan Terhadap Minat Beli Shampo Pantene di Surabaya”**.

Dalam penyusunan skripsi ini begitu banyak pihak yang telah membantu dan membimbing, maka pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Lutfi, SE., M.Fin. selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Bapak Drs. Irawan, M.M. selaku dosen pembimbing dalam pembuatan skripsi yang telah banyak memberi arahan selama pengerjaan skripsi ini
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran dan memberikan berbagai saran
5. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya



6. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
7. Seluruh Rekan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, khususnya dibidang Manajemen Pemasaran.

Surabaya, 1 Oktober 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI .....	ii
HALAMAN LULUS UJI SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Rumusan Masalah Penelitian.....	8
1.3    Tujuan Penelitian .....	8
1.4    Manfaat Penelitian .....	9
1.5    Sistematis Penulisan .....	9
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1    Penelitian terdahulu .....	12
2.2    Landasan Teori .....	18
2.3    Kerangka Penelitian.....	23
2.4    Hipotesis .....	23
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>	
3.1    Rancangan Penelitian.....	25
3.2    Batas Penelitian .....	26
3.3    Identifikasi Variabel Penelitian .....	26
3.4    Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	27
3.5    Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.6    Instrumen Penelitian .....	31
3.7    Data dan Metode Pengumpulan Data .....	33
3.8    Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian.....	34
3.9    Teknik Analisis Data .....	36
<b>BAB IV    GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA</b>	
4.1    Gambaran Subyek Penelitian.....	42
4.2    Analisis Data.....	47
4.3    Pembahasan.....	71

BAB V	PENUTUP	
5.1	Kesimpulan .....	79
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	79
5.3	Saran .....	78

DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Data Hasil Penjualan Shampo Katagori Perawatan Pribadi Shampo Pantene .....	4
Tabel 1.2 : Peringkat katagori Jenis Perawatan Pribadi Top Tahun 2014 .....	4
Tabel 2.1 : Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian yang Sekarang .....	17
Tabel 3.1 : Kisi-Kisi Kuesioner.....	32
Tabel 3.2 : Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi .....	39
Tabel 4.1 : Kriteria Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4.2 : Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3 : Kriteria Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
Tabel 4.4 : Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.5 : Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil .....	48
Tabel 4.6 : Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar.....	49
Tabel 4.7 : Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil .....	51
Tabel 4.8 : Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Besar .....	52
Tabel 4.9 : Kategori Mean Dari Variabel Bebas Dan Terikat.....	53
Tabel 4.10 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kredibilitas Merek .....	54
Tabel 4.11 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas yang Dirasa.....	55
Tabel 4.12 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penggunaan Selebriti dalam Iklan.....	57

Tabel 4.13 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli .....	59
Tabel 4.14 : Hasil Pengujian Normalitas.....	61
Tabel 4.15 : Hasil Pengujian Multikorelitas.....	62
Tabel 4.16 : Hasil Pengujian Autokorelasi.....	63
Tabel 4.17 : Hasil Perhitungan Persamaan Regresi.....	65
Tabel 4.18 : Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	67
Tabel 4.19 : Hasil Analisis Uji Signifikansi Simultan (UJI STATISTIK F).....	69
Tabel 4.20 : Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (UJI STATISTIK t)..	70

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Diagram Gambar Merek Shampo yang Paling Diingat Konsumen.....	7
Gambar 2.1: Kerangka Penelitian Tae Hyun Baek and Karen Whitehill King (2011) .....	14
Gambar 2.2 : Kerangka Penelitian Sushil Raturi dan Vikram Parekh (2011) .....	16
Gambar 2.3 : Kerangka Penelitian .....	23
Gambar 4.1 : Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Dengan Scatterplots .....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Sampel Kecil
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Sampel Besar
- Lampiran 4 : Data Responden Sampel Besar
- Lampiran 5 : Deskriptif Responden Sampel Besar
- Lampiran 6 : Uji Validitas Dan Reliabilitas Sampel Kecil
- Lampiran 7 : Uji Validitas Dan Reliabilitas Sampel Besar
- Lampiran 8 : Tanggapan Dan Karakteristik Responden
- Lampiran 9 : Pengujian Asumsi Klasik
- Lampiran 10 : Pengujian Regresi Linier Berganda
- Lampiran 11 : Tabel Durbin Watson (DW)
- Lampiran 12 : Jadwal Penulisan Skripsi
- Lampiran 13 : Surat Pernyataan

**THE EFFECT OF BRAND CREDIBILITY, PERCEIVED QUALITY AND  
CELEBRITY ENDORSEMENT TO PURCHASE INTENTION  
PANTENE SHAMPOO IN SURABAYA**

Rusmala Witjaksono  
Student of Marketing Management  
STIE Perbanas Surabaya  
Email : rusmalaw.1992@gmail.com

**ABSTRACT**

*Brand credibility has an important role in affecting Purchase Intention. Consumers who have a positive brand credibility, tend to choose the brand in the purchase of what was promised. In addition to brand credibility, an important element that can influence. Purchase Intention is the perceived quality and Celebrity Endorsement, perceived quality can make favorite brand and good quality can provide a positive impact on Purchase Intention, while the popularity of celebrity Endorsement consumers can know the benefits of the product so as to affect Purchase Intention. The purpose of this study was to examine the effect of brand credibility, perceived quality and Celebrity Endorsement for the sake of buying Pantene shampoo in Surabaya. This study used a questionnaire as a tool to get a response from the respondents. Questionnaires spread to a hundred people who want to buy and search for information about Pantene Shampoo in Surabaya. Regression analysis was used to examine the effect of independent variables on the dependent variable. The findings of this study indicate that the perceived quality of Celebrity Endorsement positive and significant effect on the Purchase Intention, but not for brand credibility. The implication this study, the company must deliver what has been promised previously offered by Pantene shampoo so that consumers trust and make products that can be relied upon.*

**Keywords:** *Brand Credibility, Perceived Quality, Celebrity Endorsement, Purchase Intention*