

**PENGARUH KREDIBILITAS PERUSAHAAN, DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TEPUNG
TERIGU CAKRA KEMBAR PADA PT. ISM BOGASARI FLOUR MILLS
SURABAYA (Studi Pada Pedagang Mie Ayam Di Surabaya)**

SKRIPSI



OLEH :

ANGGA PAMBUDI

20141221081

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2018

**PENGARUH KREDIBILITAS PERUSAHAAN, DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TEPUNG
TERIGU CAKRA KEMBAR PADA PT. ISM BOGASARI FLOUR MILLS
SURABAYA (Studi Pada Pedagang Mie Ayam Di Surabaya)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi
Salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**

OLEH :

ANGGA PAMBUDI

20141221081

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2018

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Angga Pambudi
NIM : 20141221081
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 21 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan
METERAI
TEMPEL
D78D1AFF062048037
6000
ENAM RIBU RUPIAH
Angga Pambudi

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH KREDIBILITAS PERUSAHAAN, DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TEPUNG
TERIGU CAKRA KEMBAR PADA PT. ISM BOGASARI FLOUR MILLS
SURABAYA (Studi Pada Pedagang Mie Ayam Di Surabaya)**

Oleh :


ANGGA PAMBUDI

NIM : 20141221081

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

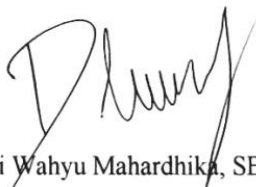
Surabaya,.....2018

Dosen Pembimbing I



Dr. Anang Firmansyah, MM.

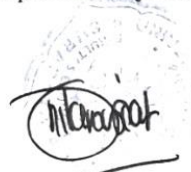
Dosen Pembimbing II



Budi Wahyu Mahardhika, SE., MM.

Mengetahui

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE.

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN SKRIPSI

**Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi
Penguji.**

JUDUL:

**PENGARUH KREDIBILITAS PERUSAHAAN, DAN KESADARAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TEPUNG
TERIGU CAKRA KEMBAR PADA PT. ISM BOGASARI FLOUR MILLS
SURABAYA (Studi Pada Pedagang Mie Ayam Di Surabaya)**

Nama : Angga Pambudi

NIM : 20141221081

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Jum'at, 24 Agustus 2018

Pukul: 10.00 – 11.00

Komisi Penguji terdiri dari:

Ketua Penguji



Dra. Siti Salbiyah, M.Kes

Anggota



Dr. Mohammad Anang F., MM

Anggota



Budi Wahyu Mahardhika, SE., MM.

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**



Dr. Anna Marigna, SE., M.Si., Ak., CA

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kredibilitas Perusahaan, Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tepung Terigu Cakra Kembar Pada PT. Bogasari Flour Mills Surabaya (Studi Pada Pedagang Mie Ayam Di Surabaya)**

Penulis skripsi ini untuk memenuhi persyaratan sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan masukan, arahan serta bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE. selaku Ketua Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Bapak DR. Mohammad Anang Firmansyah, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang sudah banyak memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Bapak Budi Wahyu Mahardhika, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang sudah banyak memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Bapak Ibu dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada penulis.

7. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan izin dan membantu penulis untuk mengadakan penelitian.
8. Bapak, ibu, adik, teman seperjuangan, sahabat dan semua keluarga besar yang selalu memberikan semangat, dorongan baik secara moril maupun materi serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
9. Teman-teman Program Studi Manajemen dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis telah berusaha menyusun proposal skripsi ini sesempurna mungkin, tetapi penulis menyadari bahwa dalam proposal skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat kami harapkan demi kesempurnaan proposal ini.

Harapan penulis, semoga proposal skripsi ini bisa dilanjutkan sebagai penelitian yang akhirnya menjadi sebuah skripsi yang bermanfaat untuk seluruh pembaca dan yang memerlukannya.

Surabaya, 21 Agustus 2018

Penulis,

Angga Pambudi

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN.....	

BAB 1 : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan	7

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	9
1. Konsep Pemasaran.....	9
2. Kredibilitas Perusahaan	10
a. Pengertian Kredibilitas Perusahaan	10
b. Faktor Yang Mempengaruhi Kredibilitas Perusahaan.....	11
3. Kesadaran Merek	11
4. Perilaku Konsumen.....	14

5. Keputusan Pembelian.....	15
B. Hubungan Antar Variabel.....	18
1. Hubungan Kredibilitas Perusahaan Terhadap Kep.Pembelian..	18
2. Hubungan Kesadaran Merek Terhadap Kep.Pembelian	18
C. Penelitian Terdahulu.....	19
D. Kerangka Konseptual	20
E. Hipotesis	22

BAB 3 : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	23
B. Identifikasi Variabel	23
C. Definisi Operasional variabel	24
D. Teknik Pengumpulan Data	26
E. Populasi dan Sampel	28
F. Teknik Pengolahan Data	30
G. Teknik Analisis Data	31
1. Uji Instrumen Data	31
a. Uji Validitas	31
b. Uji Reabilitas	32
2. Uji Asumsi Klasik	32
3. Analisis Regresi Linear Berganda	34
4. Koefisien Determinasi Secara Simultan (Uji R^2)	35

5. Uji Simultan (Uji F).....	35
6. Pengujian Hipotesis (Uji t)	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subyek Penelitian.....	38
1. Sejarah Perusahaan	38
2. Gambaran Subyek Penelitian.....	39
B. Deskripsi Hasil Penelitian	39
1. Deskripsi Responden	39
2. Deskripsi Variabel Bebas Dan Terikat	41
3. Uji Instrumen	46
a. Uji Validitas	46
b. Uji Reliabilitas	47
C. Uji Asumsi Klasik.....	48
1. Uji Normalitas	48
2. Uji Multikolinieritas	50
3. Uji Heteroskedastisitas	50
D. Hasil Penelitian Dan Pengujian Hipotesis	52
1. Analisis Regresi Linear Berganda	52
2. Uji F (F-test)	55
3. Uji t (t-tes).....	56
4. Variabel Bebas Yang Berpengaruh Dominan Terhadap Keputusan Pembelian	58
E. Pembahasan.....	59
1. Pengaruh Simultan Kredibilitas Perusahaan (X1) dan Kesadaran Merek (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	59
2. Variabel Bebas Yang Berpengaruh Dominan Terhadap Keputusan Pembelian	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan61
B. Saran62

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.3 Rentang Skala	42
4.4 Jawaban Responden Tentang Variabel Kredibilitas Perusahaan.....	43
4.5 Jawaban Responden Tentang Variabel Kesadaran Merek.....	44
4.6 Jawaban Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian.....	45
4.7 Hasil Uji Validitas	47
4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
4.9 Uji Normalitas	49
4.10 Uji Multikolinearitas.....	50
4.11 Hasil Analisis Linier Regresi Berganda	52
4.12 Hasil Koefisien Kolerasi dan Determinasi.....	54
4.13 Tabel Interval Koefisien Korelasi.....	54
4.14 Hasil Analisis Uji F	56
4.15 Hasil Analisis Uji t.....	57

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Halaman
1.1 Perkembangan Penjualan Tepung Cakra Kembar	4
1.2 Perkembangan Penjualan Tepung Cakra Kembar pada Pedagang Mie Ayam di Kota Surabaya.....	4
2.1 Level Kesadaran Merek.....	12
2.2 Kerangka Konseptual.....	21
4.1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P Plot.....	49
4.2 Gambar Scatter Plot.....	51
5.1 Logo PT. Bogasari Flour Mills Surabaya	62
5.2 Logo Tepung Terigu Cakra Kembar.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran

1. Kuesioner Penelitian
2. Tabulasi Penelitian
3. Hasil Uji SPSS

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, D. 2014. *Building Strong Brands*. (A. Baderi, Trans.) Jakarta: Bumi Aksara.
- Albari. 2009. Mengenal Perilaku Konsumen Mengenai Penelitian Motivasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, UII. No. 7 Vol. 1. Yogyakarta.
- Algifari. 2013. *Analisis regresi: Teori, kasus dan solusi*. Edisi 2. BPFE. Yogyakarta.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi VI. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Astuti, S. W. dan I. G. Cahyadi. 2009. Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan Di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Majalah Ekonomi*. Tahun XVII. No. 2. Agustus. Hal. 145 – 156. Universitas Airlangga. Surabaya.
- Belch, G. dan M. A. Belch. 2009. *Advertising and Promotion: An Intergrated Marketing Communication Perspective*. New York: McGrawHill.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Satu Nusa. Bandung.
- Dewi, A. C. K. 2014. Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Produk *Viva Hand & Body Lotion* di Kota Semarang). Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Durianto, D. Sugiarto dan Sijinjak. 2009. *Strategi Menaklukan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fatihudin, D. 2015. *Metode Penelitian (Untuk Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi)*. Zifatama Publisher. Sidoarjo.
- Firmansyah, MA & Fatihuddin, D. (2017), *Globalisasi Pemasaran*, Yogyakarta, Penerbit : Deepublish.
- Firmansyah, MA & Mahardika, BW. (2018), *Pengantar Manajemen*, Yogyakarta, Penerbit : Deepublish.
- Ghozali. I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan keempat. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Haryono, A. T. 2012. Analisis Pengaruh Kredibilitas Perusahaan, Citra Endorser Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Kartu AS (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran). *Tesis*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hasan, A. 2009. Marketing. MedPress. Yogyakarta.
- Humdiana. 2009. Strategi Pemasaran. PT. Gramedia Pustaka Mizan Pustaka. Jakarta.
- Husein, U. 2010. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Edisi Baru. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Indrayani, N. W., Suwendra, I. W. dan N. N. Yulianthini. 2015. Pengaruh Kredibilitas, Daya Tarik, Keahlian Bintang Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio-GT. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*. Vol. 3. No. 12.
- Indriani, F. dan D. Hendiarti, 2013, *Studi Mengenai Efektifitas Iklan Terhadap Citra Merek Maskapai Garuda Indonesia*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Mei, Vol 8 No 1.
- Kasali, R. 2011. Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo
- Kotler, P. dan L. Keller. 2012. *Marketing Manajement*. Prentice Hall. New Jersey.
- Lee, G. C. dan F. C. Y. Leh. 2011. Dimension of Customer-Based Brand Equity: A Study on Malaysian Brands. *Journal of Marketing Research and Case Studies*.
- Machfoedz, M. 2010. Komunikasi Pemasaran Modern. Cetak Pertama. Cakra Ilmu. Yogyakarta.
- Rangkuti, F. 2008. The Power of Brands. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman & Kanuk, 2008, Perilaku Konsumen, Indeks. Company, Jakarta.
- Simamora, H. 2012. *Akuntansi Manajemen*, Edisi Ketiga. Star Gate Publisher. Riau.
- Soemanagara, Rd. 2008. Marketing Communication. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Supranto, J. M. A. 2009. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar (Cetakan Keempat). PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Susanto, A.B. dan H. Wijanarko, 2010. *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Mizan Pustaka. Jakarta.
- Swastha, B. dan Irawan. 2009. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tellis, G.J. 2008. *Effective advertising: Understanding when, how, and why advertising works*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.