

**PENGARUH KREDIBILITAS PERUSAHAAN DAN KREDIBILITAS
ENDORSER PADA SIKAP KONSUMEN (TERHADAP IKLAN DAN
MEREK) DAN NIAT BELI**

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan di atas, maka dengan hormat, saya:

Nama : Nadia Rifdah

NIM : 20140410144

Memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Atas partisipasi Saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan/kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Demografi						
Silakan beri tanda centang (✓) pada salah satu kotak yang telah disediakan. Usia saya : tahun						
Jenis kelamin saya : <input type="checkbox"/> Laki – laki <input type="checkbox"/> Perempuan						
Pendapatan saya dalam sebulan						
	Rp 0 - Rp 1.000.000		Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000		Rp 2.000.001 –Rp 3.000.000	> Rp 3.000.000

Petunjuk Pengisian

Lingkarilah salah satu angka pada skala 1-7 yang terdapat pada masing-masing pernyataan sesuai dengan pendapat Anda.

Contoh:

Menurut saya, bintang iklan pada iklan ini									
	Tidak baik	1	2	3	4	5	6	7	Baik

Artinya, menurut saya bintang iklan pada iklan ini **tidak terlalu baik** (skala 2 dari 7).

Menurut saya, iklan ini									
	Tidak lucu	1	2	3	4	5	6	7	Lucu

Artinya, menurut saya iklan ini **sangat lucu** (skala 7 dari 7)

KUESIONER

Kredibilitas Perusahaan								
Silakan lingkari pendapat Anda pada skala 1-7.								
Menurut saya, perusahaan yang memproduksi produk pada iklan ini								
Tidak ahli	1	2	3	4	5	6	7	Ahli
Tidak berpengalaman	1	2	3	4	5	6	7	Berpengalaman
Tidak berkualitas	1	2	3	4	5	6	7	Berkualitas
Tidak dapat diandalkan	1	2	3	4	5	6	7	Dapat diandalkan
Tidak dapat dipercaya	1	2	3	4	5	6	7	Dapat dipercaya
Tidak menarik	1	2	3	4	5	6	7	Menarik
Tidak berkelas	1	2	3	4	5	6	7	Berkelas
Tidak elegan	1	2	3	4	5	6	7	Elegan
Kredibilitas Endorser								
Silakan lingkari pendapat Anda pada skala 1-7.								
Menurut saya, bintang iklan pada iklan ini								
Tidak ahli	1	2	3	4	5	6	7	Ahli
Tidak berpengalaman	1	2	3	4	5	6	7	Berpengalaman
Tidak berkualitas	1	2	3	4	5	6	7	Berkualitas
Tidak jujur	1	2	3	4	5	6	7	Jujur
Tidak dapat diandalkan	1	2	3	4	5	6	7	Dapat diandalkan
Tidak dapat dipercaya	1	2	3	4	5	6	7	Dapat dipercaya
Tidak menarik	1	2	3	4	5	6	7	Menarik
Tidak elegan	1	2	3	4	5	6	7	Elegan
Silakan lingkari pendapat Anda pada skala 1-7.								
Menurut saya, iklan ini								
Tidak informatif	1	2	3	4	5	6	7	Informatif
Tidak menyenangkan	1	2	3	4	5	6	7	menyenangkan

Tidak menghibur	1	2	3	4	5	6	7	Menghibur
Tidak menarik	1	2	3	4	5	6	7	Menarik
buruk	1	2	3	4	5	6	7	bagus
Tidak dapat dipercaya	1	2	3	4	5	6	7	Dapat dipercaya

Sikap terhadap Merek (Lipstick Kylie)								
Silakan lingkari pendapat Anda pada skala 1-7. Menurut saya, merek produk pada iklan ini								
Tidak saya ingat	1	2	3	4	5	6	7	Saya ingat
Tidak saya sukai	1	2	3	4	5	6	7	Saya sukai
Tidak saya pilih	1	2	3	4	5	6	7	Saya pilih
Intensi Membeli								
Silakan lingkari pendapat Anda pada skala 1-7. Apabila harga tidak jadi masalah, maka saya								
Tidak berharap dapat membeli produk ini	1	2	3	4	5	6	7	Berharap dapat membeli produk ini
Tidak berencana membeli produk ini	1	2	3	4	5	6	7	Berencana membeli produk ini
Tidak ingin membeli produk ini	1	2	3	4	5	6	7	Ingin membeli produk ini

TERIMA KASIH

KREDIBILITAS PERUSAHAAN

Group Statistics

KREDIBILITAS		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PERUSAHAAN	TINGGI	70	4.69	1.602	.191
	RENDAH	70	3.56	.879	.105

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
PERUSAHAAN	Equal variances assumed	21.098	.000	5.168	138	.000	1.129	.218	.697	1.560
	Equal variances not assumed			5.168	107.069	.000	1.129	.218	.696	1.561

KREDIBILITAS ENDORSER

Group Statistics

TIPE		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ENDORSER	TINGGI	70	6.41	.771	.092
	RENDAH	70	4.91	1.863	.223

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ENDORSER	Equal variances assumed	121.532	.000	6.225	138	.000	1.500	.241	1.024	1.976
	Equal variances not assumed			6.225	91.945	.000	1.500	.241	1.021	1.979

LAMPIRAN I: ANALISIS DESKRIPTIF

Umur

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
19 Tahun	99	91.7	91.7	91.7
20 Tahun	6	5.6	5.6	97.2
Valid 21 Tahun	2	1.9	1.9	99.1
22 Tahun	1	.9	.9	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	55	50.9	50.9	50.9
Valid Perempuan	53	49.1	49.1	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Pendapatan

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 Juta	2	1.9	1.9	1.9
Valid 1-2 Juta	91	84.3	84.3	86.1
2-3 Juta	15	13.9	13.9	100.0
Total	108	100.0	100.0	

LAMPIRAN II : CEK MANIPULASI

Hasil cek manipulasi kredibilitas perusahaan

KREDIBILITAS PERUSAHAAN

Taraf signifikan 5%

Group Statistics

KREDIBILITAS		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PERUSAHAAN dimension1	TINGGI	25	4.69	1.602	.191
	RENDAH	25	3.56	.879	.105

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
PERUSAHAAN	Equal variances assumed	21.098	.000	5.168	138	.000	1.129	.218	.697	1.560
	Equal variances not assumed			5.168	107.069	.000	1.129	.218	.696	1.561

KREDIBILITAS ENDORSER

Hasil cek manipulasi kredibilitas Endorser

KREDIBILITAS ENDORSER

Taraf signifikan 5%

Group Statistics

TIPE	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ENDORSER TINGGI	25	6.41	.771	.092
RENDAH	25	4.91	1.863	.223

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ENDORSE R	Equal variances assumed	121.532	.000	6.225	138	.000	1.500	.241	1.024	1.976
	Equal variances not assumed			6.225	91.945	.000	1.500	.241	1.021	1.979

LAMPIRAN VIII: PAIRED SAMPLE T TEST

Kredibilitas Perusahaan tinggi

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	sebelum	49.22	59	3.206	.417
	sesudah	53.10	59	1.435	.187

Kredibilitas Endorser tinggi

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	sebelum	62.67	52	3.270	.454
	sesudah	64.38	52	2.665	.370

Kredibilitas Perusahaan rendah

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	sebelum	25.18	49	3.039	.434
	sesudah	26.57	49	2.791	.399

Kredibilitas Endersor rendah

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	sebelum	35.64	56	2.746	.367
	sesudah	36.70	56	2.148	.287

LAMPIRAN IX : ANOVA SIKAP IKLAN

Between-Subjects Factors

		Value Label	N
kredibilitas perusahaan	1	rendah	54
	2	tinggi	54
kredibilitas endorser	1	rendah	54
	2	tinggi	54

1. TABEL DESKRIPTIF STATISTIK SIKAP PADA IKLAN

Descriptive Statistics

Dependent Variable: sikap_iklan

kredibilitas perusahaan	kredibilitas endorser	Mean	Std. Deviation	N
rendah	rendah	23.52	3.130	25
	tinggi	36.22	3.434	28
	Total	29.87	7.190	53
tinggi	rendah	36.37	2.022	28
	tinggi	36.59	2.275	27
	Total	36.48	2.135	55
Total	rendah	29.94	6.992	53
	tinggi	36.41	2.891	55
	Total	33.18	6.237	108

2. PENGARUH ANTAR VARIABEL DEPENDENT SIKAP

Levene's Test of Equality of Error Variances^{a,b}

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
sikap_iklan	Based on Mean	.278	3	104	.841
	Based on Median	.219	3	104	.883
	Based on Median and with adjusted df	.219	3	77.561	.883
	Based on trimmed mean	.233	3	104	.873

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

Dependent variable: sikap_iklan_a

Design: Intercept + kredibilitas_perusahaan + kredibilitas_endorser + kredibilitas_perusahaan * kredibilitas_endorser_b

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: SIKAP IKLAN

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	3359.435 ^a	3	1119.812	145.172	.000
Intercept	118869.343	1	118869.343	15410.208	.000
kredibilitas_perusahaan	1180.083	1	1180.083	152.986	.000
kredibilitas_endorser	1127.787	1	1127.787	146.206	.000
kredibilitas_perusahaan * kredibilitas_endorser	1051.565	1	1051.565	136.325	.000
Error	802.222	104	7.714		
Total	123031.000	108			
Corrected Total	4161.657	107			

a. R Squared = .807 (Adjusted R Squared = .802)

LAMPIRAN X : ANOVA NIAT BELI

Between-Subjects Factors

		Value Label	N
kredibilitas_endorser	1	rendah	54
	2	tinggi	54
kredibilitas_perusahaan	1	rendah	54
	2	tinggi	54

1. TABEL DESKRIPTIF STATISTIK SIKAP PADA IKLAN

Descriptive Statistics

Dependent Variable: niat_beli

kredibilitas_endorser	kredibilitas_perusahaan	Mean	Std. Deviation	N
rendah	rendah	15.85	1.433	25
	tinggi	15.78	1.423	28
	Total	15.81	1.415	53
tinggi	rendah	16.07	1.567	28
	tinggi	18.41	1.647	27
	Total	17.24	1.980	55
Total	rendah	15.96	1.492	53
	tinggi	17.09	2.021	55
	Total	16.53	1.857	108

2. PENGARUH ANTAR VARIABEL DEPENDENT SIKAP

Levene's Test of Equality of Error Variances ^{a,b}					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
niat_b eli	Based on Mean	.782	3	104	.506
	Based on Median	.433	3	104	.730
	Based on Median and with adjusted df	.433	3	101.52 6	.730
	Based on trimmed mean	.757	3	104	.521

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

Dependent variable: niat_beli

Design: Intercept + kredibilitas_endorser + kredibilitas_perusahaan + kredibilitas_endorser * kredibilitas_perusahaan

Tests of Between-Subjects Effects					
Dependent Variable: niat_beli					
Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	128.472 ^a	3	42.824	18.523	.000
Intercept	29502.083	1	29502.083	12760.60 5	.000
kredibilitas_endorser	54.898	1	54.898	23.745	.000
kredibilitas_perusahaan	34.454	1	34.454	14.902	.000
kredibilitas_endorser * kredibilitas_perusahaan	39.120	1	39.120	16.921	.000
Error	240.444	104	2.312		
Total	29871.000	108			
Corrected Total	368.917	107			

a. R Squared = .348 (Adjusted R Squared = .329)

LAMPIRAN XI: ANALISIS JALUR

1. HUBUNGAN KREDIBILITAS PERUSAHAAN TERHADAP SIKAP IKLAN

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.296 ^a	.087	.079	6.027

a. Predictors: (Constant), perusahaan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	361.390	1	361.390	9.950	.002 ^b
	Residual	3777.251	104	36.320		
	Total	4138.642	105			

a. Dependent Variable: sikap_iklan

b. Predictors: (Constant), perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.220	2.879		8.412	.000
	perusahaan	.201	.064	.296	3.154	.002

a. Dependent Variable: sikap_iklan

2. HUBUNGAN KREDIBILITAS ENDORSER TERHADAP SIKAP IKLAN

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.453 ^a	.205	.197	5.624

a. Predictors: (Constant), endorser

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	848.977	1	848.977	26.840	.000 ^b
	Residual	3289.664	104	31.631		
	Total	4138.642	105			

a. Dependent Variable: sikap_iklan

b. Predictors: (Constant), endorser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.538	2.677		7.299	.000
	endorser	.273	.053	.453	5.181	.000

a. Dependent Variable: sikap_iklan

3. HUBUNGAN SIKAP IKLAN MELALU SIKAP MEREK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.075 ^a	.006	-.004	1.725

a. Predictors: (Constant), sikap_iklan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.740	1	1.740	.585	.446 ^b
	Residual	309.355	104	2.975		
	Total	311.094	105			

a. Dependent Variable: sikap_merek

b. Predictors: (Constant), sikap_iklan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.000	.903		19.925	.000
	sikap_iklan	.021	.027	.075	.765	.446

a. Dependent Variable: sikap_merek

4. HUBUNGAN NIAT BELI TERHADAP KREDIBILITAS PERUSAHAAN, KREDIBILITAS ENDORSER, SIKAP IKLAN DAN SIKAP MEREK

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.498 ^a	.248	.218	1.637

a. Predictors: (Constant), perusahaan, endorser, sikap_merek, sikap_iklan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	89.359	4	22.340	8.336	.000 ^b
	Residual	270.679	101	2.680		
	Total	360.038	105			

a. Dependent Variable: Niat_beli

b. Predictors: (Constant), perusahaan, endorser, sikap_merek, sikap_iklan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.043	1.941		8.266	.000
	sikap_iklan	.133	.031	.451	4.308	.000
	sikap_merek	-.010	.095	-.010	-.108	.915
	endorser	-.082	.018	-.464	-4.560	.000
	perusahaan	.009	.019	.046	.482	.631

a. Dependent Variable: Niat_beli

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyatakan bahwa Skripsi atas:

Nama : NADIA RIFDAH
NIM : 20140410144
Prodi : Manajemen
Judul : PENGARUH KREDIBILITAS PERUSAHAAN DAN
KREDIBILITAS ENDORSER TERHADAP SIKAP IKLAN, SIKAP
MEREK DAN NIAT BELI
Dosen Pembimbing : Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si

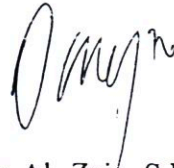
**Telah dilakukan tes Turnitin filter 1%, dengan indeks similaritasnya sebesar 16%.
Semoga surat keterangan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.**

Mengetahui
Ka. Ur. Pengelolaan



Laela Niswatin, S.I.Pust

Yogyakarta, 05-05-2019
yang melaksanakan pengecekan



Ikram Al- Zein, S.Kom.I