

**PENGARUH KREDIBILITAS *ENDORSER* AWKARIN DAN KREDIBILITAS MEREK
NATURE REPUBLIC TERHADAP EKUITAS MEREK**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Wulan Anggraini

NPM: 13 03 20812

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2018**

Skripsi

**PENGARUH KREDIBILITAS ENDORSER AWKARIN DAN KREDIBILITAS MEREK
NATURE REPUBLIC TERHADAP EKUITAS MEREK**



Disusun oleh:

Wulan Anggraini

NPM: 13 03 20812

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Shellyana", is written below the name of the supervisor.

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

02 Juli 2018

Skripsi

**PENGARUH KREDIBILITAS ENDORSER AWKARIN DAN KREDIBILITAS MEREK
NATURE REPUBLIC TERHADAP EKUITAS MEREK**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Wulan Angraini

NPM : 13 03 20812

Telah dipertahankan didepan tim penguji pada tanggal 10 Agustus 2018

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai sederajat

Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Mahestu N. Krisjanti, MSc. IB., Ph.D.

Drs. P. Didit Krisnadewara, MM.

Yogyakarta, 16 Agustus 2018

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul :

PENGARUH KREDIBILITAS *ENDORSER* AWKARIN DAN KREDIBILITAS MEREK *NATURE REPUBLIC* TERHADAP EKUITAS MEREK

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 2 Juli 2018

Yang menyatakan



Wulan Anggraini

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Atmajaya Yogyakarta. Judul yang penulis ajukan adalah “Pengaruh Kredibilitas *Endorser* Awkarin dan Kredibilitas Merek Nature Republic terhadap Ekuitas Merek”.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas kehidupan yang luar biasa ini.
2. Bapak Maryono, Ibu Riswanti dan keluarga saya yang selalu mendoakan dan selalu memberi restu serta dukungan dalam bentuk finansial, semangat, motivasi dan kasih sayang dari awal hingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar, tegas dan bersedia meluangkan waktunya untuk membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Mas Rudi, Mas Dani, Mas Toni, Mbak Yanti yang selalu memberi semangat serta mendoakan saya, Allysa dan Alena yang selalu

menghibur disaat saya merasa lelah. Serta saudara-saudara saya yang menjadi motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Teman-teman terbaik saya Indra Saragih, Crado S.Tenop, Rio Reynaldo (Klepon), Riris Ernawati dan Arcel yang sabar membantu saya dalam mengerjakan, mengoreksi dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Teman-teman tersayang saya Rio Triyanto, Martogi, Richardus Firman, Hans Kristian, Abril Mangalik, Ryan (Ajo), Jenris, Andreas, Wilson, Ospaldo, Florentina, Kak Dimas yang selalu memberi hiburan, motivasi, membantu dan menemani mengerjakan bahkan disaat saya hampir menyerah dengan skripsi. Intan Siahaan, Joanita, Ugi, Novi, Risty, Adit, yang menjadi tempat curhat maupun gosip, selalu memberi semangat dan nasihat-nasihat.
7. Teman-teman KKN, teman-teman seangkatan, kakak angkatan, adik angkatan dan teman-teman seperjuangan baik didalam maupun diluar kampus.
8. Teman-teman di Coffee and Drama yang selalu menemani dan memberi dukungan saya sehingga akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
9. Teman-teman di CVSHY yang selalu mengalah dan mau untuk diajak bertukar jadwal shift secara mendadak supaya saya bisa melakukan bimbingan dengan dosen dikampus.

10. Segenap responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam skripsi ini.

11. Rektor, Dekan, semua dosen dan karyawan bagian akademik, tata usaha, bagian perkuliahan, unit perpustakaan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu dan memberikan pelayanan terbaik selama ini.

12. Semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya, hanya kepada Tuhan Yang Maha Esa penulis serahkan segalanya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 2 Juli 2018

Penulis,

Wulan Anggraini

Motto

“Bebek berjalan berbondong-bondong, akan tetapi burung elang terbang sendirian.”

(Bung Karno)

“Whatever you are, be a good one”

(Abraham Lincoln)

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Tuhan Yang Maha Esa,

Bapak, Ibu dan Keluarga.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
Abstrak	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
1.5 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	18
2.1 Selebriti <i>Endorser</i>	18
2.1.1 Pengertian Selebriti <i>Endorser</i>	18
2.2 Kredibilitas <i>Endorser</i>	19
2.2.1 Dimensi Kredibilitas <i>Endorser</i>	19
2.3 Kredibilitas Merek	21
2.4 Ekuitas Merek.....	21
2.4.1 Pengertian Ekuitas Merek.....	21
2.4.2 Dimensi Ekuitas Merek	22
2.5 Kredibilitas Endorser dengan Kredibilitas Merek	23
2.6 Ekuitas Merek dengan kredibilitas Merek	24
2.7 Penelitian Terdahulu	25
2.8 Pengembangan Hipotesis	29
2.9 Kerangka Pemikiran	36
2.10 Pilot Studi	37
2.11 Kesimpulan Studi Pilot	40

BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Lokasi, Objek dan Subjek Penelitian	43
3.2 Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data	43
3.2.1 Sampel dan Metode Sampling	43
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.3 Definisi Operasional	45
3.4 Metode Pengujian Instrumen	48
3.4.1 Uji Validitas.....	49
3.4.2 Uji Reliabilitas	51
3.5 Metode Analisis Data.....	51
3.5.1 Analisis Deskriptif Responden	51
3.5.2 Analisis One Way ANOVA.....	52
3.5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	52
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda	53
3.5.5 Analisis Mediasi	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1. Analisis Karakteristik Deskriptif Responden.....	55
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	57
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa sering membuka instagram.....	58
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Belanja	59
4.2. Analisis Uji Beda One Way ANOVA	60
4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.2.2 Berdasarkan Usia	61
4.2.3 Berdasarkan Rata-rata pendapatan.....	61
4.2.4 Berdasarkan Seberapa Sering Membuka Instagram	63
4.2.5 Berdasarkan Pengalaman Belanja.....	63
4.3. Analisis Regresi Sederhana.....	64
4.3.1 Pengujian Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Kredibilitas Merek	64
4.4. Analisis Regresi Linier Berganda	66
4.4.1 Pengaruh Kredibilitas <i>Endorser</i> dan Kredibilitas Merek terhadap Ekuitas Merek	66
4.5. Analisis Mediasi	68

4.5.1 Analisis Mediasi Hubungan Antara Kredibilitas <i>Endorser</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek	68
4.5.2 Analisis Mediasi Hubungan Antara <i>Trustworthiness</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek	70
4.5.3 Analisis Mediasi Hubungan Antara <i>Attractiveness</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek	72
4.5.4 Analisis Mediasi Hubungan Antara <i>Expertise</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek	74
4.6 Pembahasan Hipotesis	76
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Implikasi Manajerial	91
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	96
DAFTAR TABEL	
2.1 Penelitian Terdahulu	25
2.2 Pilot Studi	37
3.1 Skor Dalam Pertanyaan	45
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	46
3.3 Uji Validitas	49
3.4 Uji Realiabilitas	51
4.1 Distributor Jumlah Kuesioner	55
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	58
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa sering membuka instagram	59
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Belanja	59
4.6 Hasil Uji One Way ANOVA Kredibilitas <i>Endorser</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.7 Hasil Uji One Way ANOVA Kredibilitas <i>Endorser</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek berdasarkan Usia	61
4.8 Hasil Uji One Way ANOVA Kredibilitas <i>Endorser</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek berdasarkan Rata-rata Pendapatan	62
4.9 Hasil Uji One Way ANOVA Kredibilitas <i>Endorser</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek berdasarkan Seberapa Sering Membuka Instagram	63
4.10 Hasil Uji One Way ANOVA Kredibilitas <i>Endorser</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek berdasarkan Pengalaman Belanja	64

4.10	Hasil Uji Regresi Berganda	64
4.11	Hasil Analisis Regresi Berganda Pengaruh Kredibilitas <i>Endorser</i> dan Kredibilitas Merek terhadap Ekuitas Merek.....	66
4.12	Analisis Mediasi Hubungan Antara Kredibilitas <i>Endorser</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek	69
4.13	Analisis Mediasi Hubungan Antara <i>Trustworthiness</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek	70
4.14	Analisis Mediasi Hubungan Antara <i>Attractiveness</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek	72
4.15	Analisis Mediasi Hubungan Antara <i>Expertise</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia pada tahun 1998-2017.....	2
Gambar 1.2	Pengguna Internet Berdasarkan Usia	3
Gambar 1.3	Layanan Yang Diakses	6
Gambar 1.4	Profil selebgram Awkarin.....	9
Gambar 1.5	Awkarin saat mempromosikan produk <i>Nature Republic</i>	11
Gambar 1.6	Awkarin saat menggunakan produk <i>Nature Republic</i>	12
Gambar 2.1	Model Penelitian pada Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.1	Model Hubungan Antara Kredibilitas Endorser, Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek.....	69
Gambar 4.2	Model Hubungan Antara <i>Trustworthiness</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek.....	71
Gambar 4.3	Model Hubungan Antara <i>Attractiveness</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek.....	73
Gambar 4.4	Model Hubungan Antara <i>Expertise</i> , Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I.....	99
KUESIONER PENELITIAN	100
LAMPIRAN II.....	106
DATA KUESIONER	107
LAMPIRAN III	127

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	128
LAMPIRAN IV	135
UJI LINEAR BERGANDA DAN SEDERHANA	136
LAMPIRAN V	146
UJI BEDA (ANOVA)	147
LAMPIRAN VI	153
JURNAL ACUAN.....	154



**PENGARUH KREDIBILITAS *ENDORSER* AWKARIN DAN
KREDIBILITAS MEREK *NATURE REPUBLIC* TERHADAP EKUITAS
MEREK**

Disusun oleh :

Wulan Anggraini

NPM : 13 03 20812

Pembimbing :

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dan hubungan antara variabel kredibilitas *endorser*, kredibilitas merek dan ekuitas merek pada produk *skincare Nature Republic*. Penelitian ini juga melakukan uji beda demografis (jenis kelamin, usia, pendapatan). Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari menyebar kuesioner secara *online* dengan bantuan *Google Forms*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dan mediasi, serta alat analisis yang digunakan untuk mengukur uji beda adalah ANOVA.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa secara bersamaan, variabel dan dimensi dari kredibilitas *endorser* berpengaruh terhadap variabel dan

dimensi dari ekuitas merek. Variabel dan dimensi kredibilitas merek secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dan dimensi dari ekuitas merek. Sedangkan hasil mediasi menunjukkan bahwa kredibilitas merek berpengaruh memediasi antara kredibilitas *endorser* dan ekuitas merek. Hasil uji beda menunjukkan bahwa ada perbedaan antara konsumen dengan kriteria jenis kelamin, usia, pendapatan dan pemakain instagram dalam sehari untuk variabel kredibilitas *endorser*, kredibilitas merek dan ekuitas merek. Ada perbedaan antara responden dengan seberapa sering mereka membuka instagram dalam sehari dan pengalaman belanja pada variabel kredibilitas *endorser*, kredibilitas merek dan ekuitas.

Kata kunci : Kredibilitas *Endorser*, Kredibilitas Merek, Ekuitas Merek, *Skincare Nature republic*, Instagram.