

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, *PERCEIVED RISK*
DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
SMARTPHONE XIAOMI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS WIJAYAKUSUMA PURWOKERTO**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Safely Lumbantoruan
NPM : 18310109673

Telah diketahui dan dilaksanakan pada :

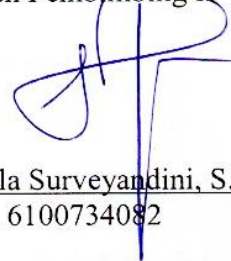
Hari : Sabtu
Tanggal : 23 April 2022
Tempat : Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma
Purwokerto

Dosen Pembimbing I



Dra. Hj. Arinastuti, M.Si.
NIS. 6100732050

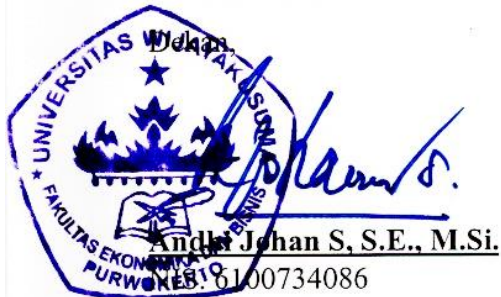
Dosen Pembimbing II



Mayla Surveyandini, S.E., M.Si.
NIS. 6100734082

Mengetahui,

Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Andhy Johan S, S.E., M.Si.
NIS. 6100734086

Program Studi Manajemen

Ketua,



H. Adv Achadi, S.E., M.Si.
NIS. 6100735093

Skripsi Berjudul

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, *PERCEIVED RISK*
DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
SMARTPHONE XIAOMI PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS WIJAYAKUSUMA PURWOKERTO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Safely Lumbantoruan
NPM : 18310109673

Telah dipertahankan didepan dewan penguji pada tanggal 23 April 2022 dan menyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan mendapat gelar Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto

Penguji I




Dra. Hj. Arinastuti, M.Si.
NIS. 6100732050

Penguji II



Mayla Surveyandini, S.E., M.Si.
NIS. 6100734082

Penguji III



Andhi Johan S, S.E., M.Si.
NIS. 6100734086

Penguji IV



H. Adv Achadi, S.E., M.Si.
NIS. 6100735093

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Safely Lumbantoruan

NPM : 18310109673

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Perceived Risk Dan Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Smartphone Xiaomi Pada Mahasiswa Universitas Wijayakusuma Purwokerto”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan dibuatkan orang lain atau jiplakan atau modifikasi hasil karya orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Purwokerto, 2022

Yang menyertakan,



Safely Lumbantoruan

NPM : 18310109673

MOTTO

“Kepada-Mu ya Tuhan, aku berseru,
Dan kepada Tuhanku aku memohon”

“Bagi Tuhan tidak ada yang mustahil”

“Sebab kepada-Mu, ya Tuhan, aku berharap :
engkaulah yang akan menjawab aku, ya Tuhan, Allahku”

(Mazmur 38 : 16)

“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau,
Janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu;
Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau;
Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang
Membawa kemenangan”

(Yesaya 41: 10)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Brand Image, Brand Trust, Perceived Risk* dan *Celebrity Endorser* terhadap *Purchase Intention Smartphone Xiaomi* pada Mahasiswa Universitas Wijayakusuma Purwokerto”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto.

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, dukungan serta kerjasama dari berbagai pihak yang dengan tulus dan rela mengorbankan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis sampai penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Andhi Johan S, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto yang telah memberikan izin terhadap penulis untuk mengadakan penelitian.
2. Ibu Dra. Hj. Arinastuti, M.Si., selaku dosen pembimbing I skripsi yang telah membimbing, mengarahkan serta memberikan dukungan dan saran kepada penulis dalam penelitian skripsi ini.
3. Ibu Mayla Surveyandini, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing II skripsi yang dengan teliti, sabar, memberikan bimbingan dan koreksi serta nasehat kepada penulis selama penyusunan skripsi sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Bapak Andhi Johan S, S.E., M.Si., selaku dosen penguji ketiga yang telah berkenan menguji dan memberikan pengarahan kepada penulis.
5. Bapak H. Ady Achadi, S.E., M.Si., selaku dosen penguji keempat yang telah berkenan menguji dan memberikan pengarahan kepada penulis.

6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto yang telah memberikan banyak ilmu, pengalaman dan pelajaran hidup.
7. Segenap karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto.
8. Bapak Lamsahari Lumbantoruan dan Ibu Laura L Hutagalung selaku orang tua saya yang tercinta, serta kakak dan abang saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga saya semangat dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
9. Sahabat saya Willy, Ovelia, Defi, Erlita dan Regina yang telah memberikan dukungan, motivasi serta membantu saya dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
10. Teman-teman angkatan 2018 Prodi Manajemen.
11. Semua pihak yang turut membantu, baik terlihat langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga kebaikan mereka mendapatkan pahala dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis sadar bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi peneliti dan pihak-pihak terkait. Amin.

Purwokerto, _ _ 2022

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RINGKASAN	xiv
<i>SUMMARY</i>	xv
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Permasalahan.....	8
C. Pembatasan Permasalahan.....	9
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
A. <i>Purchase Intention</i>	12
B. <i>Brand Image</i>	14
C. <i>Brand Trust</i>	17
D. <i>Perceived Risk</i>	19
E. <i>Celebrity Endorser</i>	22
F. Penelitian Terdahulu	24
G. Kerangka Pemikiran.....	28
H. Perumusan Hipotesis	31
III. METODOLOGI PENELITIAN DAN ANALISIS	33
A. Metode Penelitian.....	33
B. Metode Analisis.....	38

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Perusahaan	45
B. Karakteristik Responden	46
C. Deskripsi Variabel Penelitian	48
D. Analisis Data	51
E. Pembahasan Hasil Penelitian	63
F. Keterbatasan Penelitian	66
V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	67
A. Kesimpulan	67
B. Implikasi	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN-LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Firma Riset Counterpoint Kategori Smartphone	6
Tabel 2	Hasil Observasi Awal.....	7
Tabel 3	Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4	Kriteria Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	47
Tabel 7	Karakteristik Responden Berdasarkan Smartphone yang digunakan .	47
Tabel 8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	48
Tabel 9	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Trust</i>	49
Tabel 10	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Risk</i>	49
Tabel 11	Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	50
Tabel 12	Deskripsi Jawaban Responden <i>Purchase Intention</i>	50
Tabel 13	Validitas Butir Pernyataan <i>Purchase Intention</i>	51
Tabel 14	Validitas Butir Pernyataan <i>Brand Image</i>	52
Tabel 15	Validitas Butir Pernyataan <i>Brand Trust</i>	52
Tabel 16	Validitas Butir Pernyataan <i>Perceived Risk</i>	52
Tabel 17	Validitas Butir Pernyataan <i>Celebrity Endorser</i>	53
Tabel 18	Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 19	Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 20	Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 21	Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 22	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 23	Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	58
Tabel 24	Hasil Uji F.....	59
Tabel 25	Hasil Uji t.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Model Penelitian	31
Gambar 2	Uji Normality Plot.....	55
Gambar 3	Kurva Hasil Uji F.....	59
Gambar 4	Kurva Hasil Uji t Variabel <i>Brand Image</i>	60
Gambar 5	Kurva Hasil Uji t Variabel <i>Brand Trust</i>	61
Gambar 6	Kurva Hasil Uji t Variabel <i>Perceived Risk</i>	62
Gambar 7	Kurva Hasil Uji t Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner.....	74
Lampiran 2	Tabulasi Data Jawaban 30 Responden	79
Lampiran 3	Tabulasi Data Jawaban 100 Responden	82
Lampiran 4	Perhitungan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	97
Lampiran 5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	102
Lampiran 6	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	106
Lampiran 7	Tabel r_{tabel}	107
Lampiran 8	Tabel t_{tabel}	108
Lampiran 9	Tabel F_{tabel}	112