



**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK DAN
E-WOM TERHADAP MINAT BELI OBAT JAMU MASUK
ANGIN BEJO JAHE MERAH DI INDONESIA**

TESIS

CHRISTAREVY RENAPUTRA HOSFIAR 1910121009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTASEKONOMI DANBISNIS
UNIVERSITASPEMBANGUNANNASIONALVETERAN JAKARTA
2021**



**PENGARUH BEBAN KERJA, STRES KERJA, MELALUI
KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI
PADA UNIT PELINDUNGAN BP2MI**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Manajemen**

CHRISTAREVY RENAPUTRA HOSFIAR 1910121009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTASEKONOMI DANBISNIS
UNIVERSITASPEMBANGUNANNASIONALVETERAN JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Christarevy Renaputra Hosfiar

NIM : 1910121009

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 9 Februari 2021

Yang menyatakan,



Christarevy Renaputra Hosfiar

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Christarevy Renaputra Hosfiar
NIM : 1910121009
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S2
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas tesis saya yang berjudul :

Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal: 9 Februari 2021

Yang menyatakan,



Christarevy Renaputra Hosfiar

TESIS

PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI OBAT JAMU MASUK ANGIN BEJO JAHE MERAH DI INDONESIA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

CHRISTAREVY RENAPUTRA HOSFIAR 1910121009

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 9 Februari 2021
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E., M.Si.
Ketua Penguji



Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., M.O.S, CPM.
Penguji I (Pembimbing I)



Dr. Acim Heri Iswanto, S.K.M., MARS.
Penguji II (Pembimbing II)



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSRS.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., M.O.S, CPM.
Kaprodi Magister Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 9 Februari 2021

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS AND E-WOM WITH PURCHASE INTENTION BEJO JAHE MERAH IN INDONESIA

Oleh Christarevy Renaputra Hosfiar

Abstract

This study analyzed the buying interest in the herbal cold remedy of BEJO Ginger Red in Indonesia. BEJO Red Ginger is a herbal cold remedy using red ginger which is produced to nourish or maintain her immune system, including the herbal cold medicine. This study aims to understand the things that influence the buying interest of Red Ginger Bejo in Indonesia. This research includes the influence of brand image, brand awareness and e-word of mouth. Descriptive and inferential approaches are used in this study. Researchers used data types in the form of quantitative data and used primary and secondary data sources. 385 people involved in this study as a sample, who are consumers of BEJO Ginger Red using convenience sampling technique. Data were collected using an e-questionnaire (google form) which is distributed online through social networks. The data analysis technique was processed using Partial Least Square (PLS). The results of data analysis show that: (1) Brand image has a significant effect on Purchase Intention of Bejo Ginger Red Medicine (2) Brand awareness has no significant effect on Purchase Intention of Bejo Jahe Merah Jamu (3) E-WOM has no significant effect on Purchase Intention Red Ginger Bejo Herbal Medicine.

Keyword: *Brand image, Brand Awareness, E-word of Mouth and Purchase Intention.*

PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK DAN E-WOM TERHADAP MINAT BELI OBAT JAMU MASUK ANGIN BEJO JAHE MERAH DI INDONESIA

Oleh Christarevy Renaputra Hosfiar

Abstrak

Penelitian ini menganalisis minat beli terhadap obat jamu masuk angin produk BEJO Jahe Merah di Indonesia. BEJO Jahe Merah merupakan obat jamu masuk angin herbal dengan memakai jahe merah yang diproduksi untuk menyehatkan atau menjaga daya tahan tubuhnya termasuk dengan obat jamu masuk angin. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami hal-hal yang berpengaruh pada minat beli Bejo Jahe Merah di Indonesia. Penelitian ini meliputi pengaruh citra merek, kesadaran merek dan *e-word of mouth*. Pendekatan deskriptif dan inferensial digunakan pada penelitian ini. Peneliti memakai jenis data berupa data kuantitatif serta menggunakan sumber data primer dan sekunder. 385 orang terlibat dalam penelitian ini sebagai sampel, yang merupakan konsumen BEJO Jahe Merah dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan e-kuesioner (*google form*) yang disebarluaskan secara online melalui jejaring sosial. Teknik analisis data diolah menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) Citra Merek memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Obat Jamu Bejo Jahe Merah (2) Kesadaran Merek tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Obat Jamu Bejo Jahe Merah (3) *E-WOM* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Obat Jamu Bejo Jahe Merah.

Kata kunci: Citra Merek, Kesadaran Merek, *E-Word of Mouth*, Minat Beli.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TESIS

SEMESTER GANJIL TAHUN AKADEMIK 2020/2021

Telah dilaksanakan Sidang Tesis dihadapan Tim pada hari Selasa tanggal 9 Februari 2020 :

Nama : Christarevy Renaputra Hosfiar
NIM : 1910121009
Program : Manajemen S2
Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan E-WOM Terhadap Minat beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah di Indonesia

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E., M.SI	Ketua Penguji	1.
2	Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM.	Penguji / Pembimbing I *)	2.
3	Dr. Acim Heri Iswanto, S.K.M., MARS.	Sekretaris / Pembimbing 2 **)	3.

Keterangan :

*) Dosen Pembimbing 1

***) Dosen Pembimbing 2

Jakarta, 9 Februari 2021

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kaprodi. Manajemen S2

Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM.

PRAKATA

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Oktober 2020 sampai dengan bulan Januari 2021 dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek Dan E-Wom Terhadap Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu. Dr. Miguna Astuti, S.Si, M.M., M.O.S, C.P.M selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak. Dr. Acim Heri Iswanto, S.K.M., MARS yang telah banyak memberikan arahan dan saran – saran yang sangat bermanfaat. Di samping itu, ucapan terima kasih kepada Papa Hervy Hosfiar, Mama Rieka, Mas Vicky, Kak Christine, Marshall, Aleeya, keluarga Hosfiar dan Sunarto yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Pricilia Johani Sakti yang telah dengan sabar mendengarkan segala keluh kesah penulis serta. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Bapak Marvin Hadi Widjaja, Ibu Fanny Kurniati, Bapak Hari Wahyudi, dan Bapak Simon Jonatan selaku Presiden Direktur PT. Bintang Toedjoe serta segenap manajemen PT. Bintang Toejoe. Penulis menyampaikan terima kasih untuk Bapak Wignyo, Ibu Marni Dewiyanti, mas Resky, mba Saras, mas Sofatra, tim kotakamu.id, Gereja Baptis Kebayoran serta teman – teman yang telah membantu dalam penulisan usulan penelitian ini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat

Jakarta, 9 Februari 2021

Christarevy Renaputra Hosfiar

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA SIDANG TESIS	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	4
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Hasil Penelitian	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
II.1 Penelitian Terdahulu	7
II.2 Telaah Pustaka.....	12
II.2.1 <i>Grand Theory</i>	12
II.2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	12
II.2.2 <i>Middle Theory</i>	14
II.2.2.1 Perilaku Konsumen	14
II.2.2.2 Jenis-Jenis Perilaku Konsumen.....	15
II.2.2.3 Pendekatan Perilaku Konsumen.....	15
II.2.3 <i>Applied Theory</i>	16
II.2.3.1 Minat Beli.....	16
II.2.3.2 Citra merek.....	20
II.2.3.3 Kesadaran merek.....	23
II.2.3.4 <i>E-Word Of Mounth (E-WOM)</i>	26
II.3 Kerangka Berpikir	28
II.5 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
III.1.1 Definisi Operasional.....	30
III.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel	31
III.2.1 Populasi	31
III.2.2 Sampel.....	32
III.3 Teknik pengumpulan Data	33
III.3.1 Jenis Data	33
III.3.2 Sumber Data.....	33
III.3.2.1 Data Primer	33
III.3.2.2 Data Sekunder	33

III.3.3	Pengumpulan Data	34
III.4	Teknik Analisis Data.....	34
III.4.1	Analisis Deskriptif.....	34
III.4.2	Analisis Inferensial.....	35
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	40
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	40
IV.1.1	Deskripsi Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah	40
IV.2	Deskripsi Data Penelitian	41
IV.2.1	Deskripsi Data Responden	41
IV.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	44
IV.3.1	Uji Validitas	45
IV.3.1.1	Model Indikator Formatif.....	45
IV.3.1.2	Model Indikator Reflektif.....	47
IV.3.2	Uji Reliabilitas.....	50
IV.3.2.1	Model Indikator Formatif.....	50
IV.3.2.2	Model Indikator Reflektif.....	50
IV.3.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50
IV.3.4	Pengujian Hipotesis.....	51
IV.4	Pembahasan.....	52
IV.4.1	Citra Merek Berkenaan dengan Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia	52
IV.4.2	Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia	54
IV.4.3	<i>E-Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia	55
IV.5	Keterbatasan Penelitian.....	57
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	58
V.1	Simpulan.....	58
V.2	Saran.....	58
	DAFTAR PUSTAKA	60
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	<i>Top Brand Award</i> Jamu Masuk Angin Tahun 2018 - 2020.....	2
Tabel 2.	Operasionalisasi Pengukuran Variabel	31
Tabel 3.	<i>Range And Specificance Loading Factor</i>	35
Tabel 4.	Tingkat Reliabilitas Nilai Alpha	38
Tabel 5.	<i>Cross Loading</i> Sebelum Re-Estimasi	45
Tabel 6.	<i>Variance Inflation Factor (VIF)</i> Sebelum Reestimasi	45
Tabel 7.	<i>Cross Loading</i> Setelah Re-Estimasi	46
Tabel 8.	<i>Variance Inflation Factor (VIF)</i> Setelah Re-estimasi	46
Tabel 9.	<i>Convergent Validity</i> Berdasarkan <i>Outer Loading</i> Sebelum Re-Estimasi	47
Tabel 10.	<i>Convergent Validity</i> Berdasarkan <i>Outer Loading</i> Setelah Re-Estimasi	48
Tabel 11.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	49
Tabel 12 .	Rata-Rata <i>Outer Weight</i>	50
Tabel 13.	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	50
Tabel 14.	Tabel Nilai <i>R Square</i>	51
Tabel 15.	Hasil Uji t-stastistik	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Grafik Perkembangan Konsumen Dalam Memilih Produk Obat Jamu Masuk Angin Tahun 2018 - 2020.....	1
Gambar 2.	Piramida Tingkatan <i>Brand awareness</i>	25
Gambar 3.	Kerangka Berpikir.....	29
Gambar 4.	Langkah-Langkah PLS	35
Gambar 5.	Produk Bejo Jahe Merah.....	41
Gambar 6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Gambar 8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	43
Gambar 9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Gambar 10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Perbulan	44

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Responden
- Lampiran 3. Data Kuisisioner
- Lampiran 4. Deskripsi Data Responden
- Lampiran 5. Hasil Output Outer Model
- Lampiran 6. Hasil Olah Data PLS (*Partial Least Square*) Formatif
- Lampiran 7. Hasil Olah Data PLS (*Partial Least Square*) Refketif
- Lampiran 8. Hasil Uji Kualitas Data Minat Beli Bejo Jahe Merah
- Lampiran 9. Surat Izin Penelitian dari UPN VETERAN JAKARTA
- Lampiran 10. Surat di Izinkan penelitian dari PT.Bintang Toedjoe
- Lampiran 11. Hasil Turnitin