



**PENGARUH *PROMOTION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
DENGAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PRODUK *SKIN CARE* SEBAMED
DI RW PANGKALAN JATI II**

SKRIPSI

VINDY PERTIWI

1110111024

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2015**



**PENGARUH *PROMOTION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
DENGAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PRODUK *SKIN CARE* SEBAMED
DI RW PANGKALAN JATI II**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

VINDY PERTIWI

1110111024

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2015**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Vindy Pertiwi

NRP : 1110111024

Tanggal : 30 Juli 2015

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

Jakarta, 30 Juli 2015

Yang Menyatakan,



Vindy Pertiwi

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vindy Pertiwi
NIM : 1110111024
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : S1 Manajemen

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

Pengaruh *Promotion* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel *Intervening* Produk *Skin Care* Sebamed Di RW Pangkalan Jati II

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi 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 : 30 Juli 2015

Yang menyatakan,



Vindy Pertiwi

PENGESAHAN

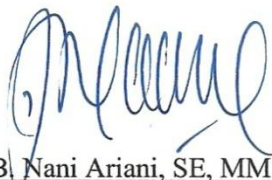
Skripsi diajukan oleh

Nama : Vindy Pertiwi
NRP : 1110111024
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh *Promotion* Terhadap *Purchase Intention*
Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel *Intervening*
Produk *Skin Care* Sebamed Di RW Pangkalan Jati II.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.



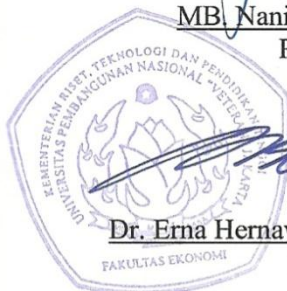
Tati Handayani, SE, MM
Ketua Penguji



MB Nani Ariani, SE, MM
Penguji I



Yulinia, SE, MM
Penguji II/Pembimbing



Dr. Erna Hernawati, Ak., CPMA., CA.
Dekan



Drs. Nurmatias, MM
Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 30 Juli 2015

PENGARUH *PROMOTION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PRODUK *SKIN CARE* SEBAMED DI RW PANGKALAN JATI II

Vindy Pertiwi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *promotion* terhadap *purchase intention*, dengan *brand awareness* sebagai variabel *intervening* produk *skin care* sebamed di RW Pangkalan Jati II. Populasi dalam penelitian ini sejumlah 100 responden yang menggunakan produk *skin care* sebamed di RW Pangkalan Jati II. Data diperoleh dari kuesioner yang disebar di RW Pangkalan Jati II. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 data responden yang sadar akan produk *skin care* sebamed. Teknik penentuan sampel menggunakan *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur dan uji hipotesis menggunakan uji t dengan tingkat kepercayaan 5%, melalui program SPSS versi 22 dan diperoleh hasil besarnya koefisien pengaruh langsung *Promotion* terhadap *Brand Awareness* sebesar 0,217. Pengaruh langsung *Promotion* terhadap *Purchase Intention* sebesar 0,463 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,100. Pengaruh *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* sebesar 0,451. Oleh karena itu koefisien pengaruh langsung lebih besar dari koefisien pengaruh tidak langsung.

Kata Kunci : *Promotion, Brand Awareness, Purchase Intention*

EFFECT OF PROMOTION TO PURCHASE INTENTION WITH BRAND AWARENESS AS AN INTERVENING VARIABLE SKIN CARE PRODUCTS SEBAMED IN RW PANGKALAN JATI II

Vindy Pertiwi

Abstract

This study aims to examine the effect on promotion of the purchase intention, with brand awareness as an intervening variable in Sebamed Skin Care products in RW Pangkalan Jati II. The population in this study a total of 100 respondents who using skin care sebamed in RW Pangkalan Jati II. The population in this study of 100 respondents who use skin care product sebamed. Data obtained from questionnaires distributed in RW Pangkalan Jati II. The sample used in this study were 100 respondents who use the data skin care products sebamed. Sampling technique using a Probability Sampling Simple Random Sampling technique. Data analysis method used is path analysis and hypothesis testing using t test with 5% confidence level, with SPSS version 22 and result analysis path biggest used is the coefficient of direct influence Promotion of the Brand Awareness Promotion of 0,217. Direct Impact on Purchase Intention of 0,463 indirect influence 0,100. Effect of Purchase Intention Brand Awareness of The rector at 0,451. Therefore the direct influence coefficient greater than the coefficient of indirect influence.

Keyword: *Promotion, Brand Awareness, Purchase Intention*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2015 ini adalah Pengaruh *Promotion* Terhadap *Purchase Intention* Dengan *Brand Awareness* Sebagai Variabel *Intervening* Produk *Skin Care* Sebamed Di RW Pangkalan Jati II. Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Dr. Erna Hernawati, Ak., CPMA., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jakarta, Bapak Drs. Nurmatias, M.M. selaku Ka. Prodi S1 Manajemen dan Ibu Yuliniar, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat dan membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak, Ibu serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada Akif Nugroho dan teman-teman terutama Siti Kurniawati, SE, Mega Sakirah, SE dan Dwi Anggoro Susanto, SE, Muliadi serta teman-teman seperjuangan yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 30 Juli 2015

Vindy Pertiwi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	3
I.3 Tujuan Penelitian.....	4
I.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
II.1 Hasil Penelitian Terdahulu	6
II.2 Landasan Teori	9
II.3 Pengembangan Hipotesis	21
II.4 Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
III.2 Teknik Penentuan Populasi dan Sampel	24
III.3 Teknik Pengumpulan Data	25
III.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	25
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	33
IV.2 Deskripsi Data Responden	33
IV.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	35
IV.4 Analisis Data dan Uji Hipotesis	37
IV.5 Pembahasan	45
BAB V PENUTUP	47
V.1 Kesimpulan	47
V.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Matriks Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2	Pengukuran Variabel	14
Tabel 3	Skala Likert	16
Tabel 4	Kisi-kisi Instrumen Penelitian	17
Tabel 5	Tingkat Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	28
Tabel 6	Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi (Nilai r)	29
Tabel 7	Data Peenjualan PT. Eltean Luhur Kencana	33
Tabel 8	Skala Likert Deskripsi Objek Penelitian	34
Tabel 9	Jumlah Bobt Butir Kuesioner 1-28.....	34
Tabel 10	Uji Validitas	35
Tabel 11	Uji Reliabilitas	36
Tabel 12	Validitas Butir Pertanyaan	36
Tabel 13	<i>Normality Kolmogrov-Smirnov^a</i>	38
Tabel 14	Linearitas <i>Promotion</i> dan <i>Purchase Intention</i>	39
Tabel 15	Linearitas <i>Promotion</i> dan <i>Brand Awareness</i>	39
Tabel 16	Sub-Struktural 1	40
Tabel 17	<i>Summary</i> Sub-Struktural 1	41
Tabel 18	Sub-struktural 2	42
Tabel 19	<i>Summary</i> Sub-Struktural 2	43
Tabel 20	Pengaruh Antar Variabel	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Penelitian Metode Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	22
Gambar 2	Hubungan Struktur Variabel X dan Y terhadap Z.....	31
Gambar 3	Sub-Struktural 1	32
Gambar 4	Sub-Struktural 2	32
Gambar 5	<i>Normality P-P Plot</i>	37
Gambar 6	Hubungan X dan Y terhadap Z	40
Gambar 7	Hubungan Sub-Struktural 1 X terhadap Y	40
Gambar 8	Hubungan Kausal Sub-Struktural 1	42
Gambar 9	Hubungan Kausal Sub-Struktural 2 X dan Y terhadap Z.....	42
Gambar 10	Hubungan Kausal Sub-Struktural 2	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Berita Acara Ujian Skripsi
Lampiran 2	Daftar Kuesioner
Lampiran 3	Hasil Pengolahan Data
Lampiran 4	Data 30 Responden
Lampiran 5	Uji Validitas dan Reliabilitas SPSS 22
Lampiran 6	Data 100 Responden
Lampiran 7	Uji Normalitas
Lampiran 8	Hasil Output Uji Linieritas Sub-Struktural 1 dan Sub-Struktural 2
Lampiran 9	Hasil Output UjiPathSub-Struktural 1
Lampiran 10	Hasil Output Uji Path Sub-Struktural 2
Lampiran 11	Tabel Distribusi F
Lampiran 12	Tabel Distribusi T
Lampiran 13	r Tabel
Lampiran 14	Surat Riset