



**MINAT BELI PADA PRODUK LIPSTIK ORIFLAME DI
CIGANJUR JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

SHINDY NOVITASARI

1310111076

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

2017



**MINAT BELI PADA PRODUK LIPSTIK ORIFLAME DI
CIGANJUR JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

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

SHINDY NOVITASARI

1310111076

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2017**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Shindy Novitasari

NIM. : 1310111076

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

Jakarta, 10 Juli 2017

Yang Menyatakan



Shindy Novitasari

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Shindy Novitasari
NIM. : 130111076
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen S1
Jenis Karya : Skripsi

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

Minat Beli Pada Produk Lipstik Oriflame di Ciganjur Jakarta Selatan

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 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 : 10 Juli 2017

Yang Menyatakan,



Shindy Novitasari

PENGESAHAN

MINAT BELI PADA PRODUK LIPSTIK ORIFLAME DI CIGANJUR JAKARTA SELATAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SHINDY NOVITASARI

1310111076

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 10 Juli 2017
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dra. Bernadin Dwi, M.M.


Ketua Penguji




Drs. Nobelson, M.M.
Penguji I



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP.
Dekan



Dwi Siti Tjiptaningsih, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Wahyudi, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 10 Juli 2017



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2016/2017

Hari ini Senin , tanggal 10 Juli 2017, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : SHINDY NOVITASARI

No.Pokok Mahasiswa : 1310111076

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

MINAT BELI PADA PRODUK LIPSTIK ORIFLAME DI CIGANJUR JAKARTA SELATAN

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

Penguji

| No | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|-----------------------|------------|--------------|
| 1 | Dra. Bernadin Dwi, MM | Ketua | 1. |
| 2 | Drs. Nobelson, MM | Anggota I | 2. |
| 3 | Rosali, SF, MM | Anggota II | 3. |

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing



Jakarta, 10 Juli 2017

Mengesahkan

A. H. DEKAM

Kaprodi Manajemen S.1

Wahyudi, SE, MM

Minat Beli Pada Produk Lipstik Oriflame di Ciganjur Jakarta Selatan

Oleh

Shindy Novitasari

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh loyalitas merek, kesadaran merek dan asosiasi merek terhadap minat membeli pada produk lipstik Oriflame. Penelitian ini menggunakan konsumen Oriflame yang berada di sekitar kelurahan Ciganjur sebagai sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode purposive sampling (*purposive sampling method*). Teknik analisis menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dengan program SPSS 23 dan tingkat signifikansi 5%. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa loyalitas merek, kesadaran merek dan asosiasi merek berpengaruh terhadap minat beli.

Kata kunci: Loyalitas Merek, Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Minat Beli

***Purchase Intention of Oriflame Lipstick Product
in Ciganjur South Jakarta***

By

Shindy Novitasari

Abstract

This study was conducted to examine the effect of brand loyalty, brand awareness, and brand association on purchase intention of product lipstick Oriflame. This study used the consumer of Oriflame in Ciganjur as a sample. Data collection technique using primary data by spreading questionnaires to 100 respondents. The sampling technique in this research using purposive sampling (purposive sampling method). Mechanical analysis using Multiple Linear Regression Analysis with SPSS 23 and a significant level of 5%. The result of the testing showed that brand loyalty, brand awareness and brand association has a significant on purchase intention.

Keyword: *Brand Loyalty, Brand Awareness, Brand Association, and Purchase Intention*

PRAKARTA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala karunia, rahmat serta hidayah-NYA sehingga proposal ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Februari sampai dengan April 2017 dengan judul “Minat beli Pada Produk Lipstik Oriflame di Ciganjur Jakarta Selatan”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E.,M.M.,CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Terima kasih kepada Bapak Dr. Nobelson, M.M selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dwi Siti Tjiptaningsih, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing II, Bapak Wahyudi, S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, serta dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak Memberikan Kesempatan, arahan dan sarana yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua tercinta dan adik saya yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Andhini Fauziah, Siti Rahayu Sa’adah, Nur Rahma Maulidina, Sulik Setiana serta teman-teman dan kerabat dekat yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan usulan penelitian ini.

Jakarta, 10 Juli 2017

Shindy Novitasari

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| PENGESAHAN | v |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRAK | viii |
| PRAKARTA | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| I.1 Latar Belakang | 1 |
| I.2 Rumusan Masalah | 4 |
| I.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| I.4 Manfaat Penelitian..... | 5 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 6 |
| II.1 Penelitian Terdahulu | 6 |
| II.2 Landasan Teori..... | 10 |
| II.2.1 Minat Beli..... | 10 |
| II.2.1.1 Indikator Minat Beli | 11 |
| II.2.2 Merek | 11 |
| II.2.2.1 Manfaat dan Fungsi Merek | 12 |
| II.2.2.2 Strategi Merek | 14 |
| II.2.3 Ekuitas Merek | 14 |
| II.2.3.1 Nilai Ekuitas Merek | 15 |
| II.2.4 Loyalitas Merek..... | 16 |
| II.2.4.1 Tingkatan Loyalitas Merek | 16 |
| II.2.4.2 Indikator Loyalitas Merek..... | 17 |
| II.2.5 Kesadaran Merek..... | 17 |
| II.2.5.1 Tingkatan Kesadaran Merek | 18 |
| II.2.6 Asosiasi Merek..... | 18 |
| II.2.6.1 Kegunaan Asosiasi Merek..... | 18 |
| II.2.6.2 Dimensi Asosiasi Merek | 19 |
| II.3 Pengembangan Hipotesis | 19 |
| II.3.1 Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli | 19 |
| II.3.2 Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli | 20 |
| II.3.3 Asosiasi Merek Terhadap Minat Beli | 20 |
| II.4 Kerangka Pemikiran | 21 |

| | | |
|----------------|---|-----------|
| BAB III | METODE PENELITIAN | 22 |
| III.1 | Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 22 |
| III.1.1 | Definisi Operasional..... | 22 |
| III.1.2 | Pengukuran Variabel | 23 |
| III.2 | Populasi dan Sampel | 23 |
| III.2.1 | Populasi | 23 |
| III.2.2 | Sampel..... | 23 |
| III.3 | Teknik Pengumpulan Data | 24 |
| III.3.1 | Jenis Data | 24 |
| III.3.2 | Sumber Data..... | 24 |
| III.3.3 | Pengumpulan Data | 24 |
| III.4 | Teknik Analisis dan Uji Hipotesis | 26 |
| III.4.1 | Analisis Data | 26 |
| III.4.2 | Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 27 |
| III.4.2.1 | Uji Validitas | 27 |
| III.4.2.2 | Uji Reliabilitas..... | 27 |
| III.4.3 | Uji Asumsi Klasik | 28 |
| III.4.3.1 | Uji Multikolonieritas | 28 |
| III.4.3.2 | Uji Heteroskedastisitas | 28 |
| III.4.3.3 | Uji Normalitas | 29 |
| III.4.3.4 | Uji Linieritas | 29 |
| III.4.4 | Uji Hipotesis..... | 29 |
| III.4.4.1 | Uji Koefisien Determasi (R ²) | 30 |
| III.4.4.2 | Uji T Parsial | 30 |
| III.4.5 | Model Regresi | 31 |
| III.5 | Kerangka Model Penelitian..... | 32 |
| | | |
| BAB IV | PEMBAHASAN | 33 |
| IV.1 | Deskripsi Objek Penelitian..... | 33 |
| IV.1.1 | Sejarah Perusahaan Kosmetik Oriflame..... | 33 |
| IV.1.2 | Deskripsi Data Penelitian | 36 |
| IV.1.3 | Deskripsi data Responden | 39 |
| IV.2 | Uji Validitas dan Reliabilitas | 41 |
| IV.3 | Uji Analisis Data dan Uji Hipotesis | 46 |
| IV.3.1 | Uji Normalitas | 46 |
| IV.3.2 | Uji Heterokedatisitas | 47 |
| IV.3.3 | Uji Muktikoleritas | 48 |
| IV.3.4 | Uji Linieritas | 48 |
| IV.3.5 | Uji Hipotesis..... | 49 |
| IV.3.5.1 | Uji t..... | 49 |
| IV.3.5.2 | Koefisien Determinasi (R ²) | 51 |
| IV.4 | Pembahasan..... | 52 |
| IV.4.1 | Pengaruh Loyalitas Merek terhadap Minat Beli Pada Produk Lipstik Oriflame di Ciganjur Jakarta Selatan | 52 |
| IV.4.2 | Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Pada Produk Lipstik Oriflame di Ciganjur Jakarta Selatan | 52 |

| | | |
|--------------|--|-----------|
| IV.4.3 | Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Minat Beli Pada Produk Lipstik Oriflame di Ciganjur Jakarta Selatan..... | 53 |
| IV. | Keterbatasan Penelitian | 53 |
| BAB V | SIMPULAN DAN SARAN | 54 |
| V.1 | Simpulan..... | 54 |
| V.2 | Saran..... | 54 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 55 |
| | RIWAYAT HIDUP | |
| | LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1 Data Top Brand Lipstik Tahun 2012-2016 | 2 |
| Tabel 2 Matriks Penelitian Terdahulu | 10 |
| Tabel 3 Manfaat merek | 13 |
| Tabel 4 Tabel Pengukuran Variabel | 23 |
| Tabel 5 Skala Likert | 25 |
| Tabel 6 Tabel Kisi-Kisi Intrument Penelitian | 26 |
| Tabel 7 Skala Likert Deskripsi Objek Penelitian | 37 |
| Tabel 8 Butir Kuisisioner Loyalitas Merek | 37 |
| Tabel 9 Butir Kuisisioner Kesadaran Merek | 38 |
| Tabel 10 Butir Kuisisioner Asosiasi Merek | 38 |
| Tabel 11 Butir Kuisisioner Minat Beli | 39 |
| Tabel 12 karakteristik Responden Menurut Usia | 40 |
| Tabel 13 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan | 40 |
| Tabel 14 Karakteristik Responden Menurut Penghasilan | 41 |
| Tabel 15 Karakteristik Responden Menurut Penggunaan | 41 |
| Tabel 16. Validitas Loyalitas Merek | 42 |
| Tabel 17 Uji Validitas Butir Pertanyaan | 42 |
| Tabel 18 Reabilitas Loyalitas Merek | 43 |
| Tabel 19 Validitas Kesadaran Merek | 43 |
| Tabel 20 Uji Validitas Kesadaran Merek | 44 |
| Tabel 21 Uji Reabilitas Kesadaran Merek | 44 |
| Tabel 22 Validitas Asosiasi Merek | 45 |
| Tabel 23 Uji Validitas Asosiasi Merek | 45 |
| Tabel 24 Uji Reabilitas Asosiasi Merek | 46 |
| Tabel 25 Validitas Minat Beli | 46 |
| Tabel 26 Uji Validitas Minat Beli | 46 |
| Tabel 27 Uji Reabilitas Minat Beli | 47 |
| Tabel 28 Multikolinieritas | 49 |
| Tabel 29 Linieritas Loyalitas Merek (X_1) | 49 |
| Tabel 30 Linieritas Kesadaran Merek (X_2) | 50 |
| Tabel 31 Asosiasi Merek (X_3) | 50 |
| Tabel 32 Uji t | 51 |
| Tabel 33 Koefisien Determinasi | 52 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1 Data penjualan Oriflame 5 Tahun Terakhir | 3 |
| Gambar 2 kerangka pemikiran | 21 |
| Gambar 3 Kerangka Model Penelitian..... | 32 |
| Gambar 4 Normal P-Plot..... | 47 |
| Gambar 5 Gambar Heterokedatisitas | 48 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------|---|
| Lampiran 1 | Kuesioner |
| Lampiran 2 | Data 30 Responden |
| Lampiran 3 | Data 100 Responden |
| Lampiran 4 | Data Karakteristik Responden |
| Lampiran 5 | Uji Validitas dan Reliabilitas dengan SPSS 23 |
| Lampiran 6 | Hasil Analisis Regresi Linier Berganda dengan SPSS 23 |
| Lampiran 7 | Distribusi Nilai r-tabel |
| Lampiran 8 | Distribusi Nilai t-tabel |
| Lampiran 9 | Surat Riset |