



MINAT BELI SABUN MANDI DETTOL
(Studi Pada Warga Kelurahan Meruyung, Limo, Depok)

SKRIPSI

FEISHA FAKHRUSY

1310111178

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2018



MINAT BELI SABUN MANDI DETTOL
(Studi Pada Warga Kelurahan Meruyung, Limo, Depok)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

FEISHA FAKHRUSY

1310111178

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Feisha Fakhrusy

NIM. : 1310111178

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

Jakarta, 11 Januari 2018

Yang menyatakan,



Feisha Fakhrusy

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Feisha Fakhrusy
NIM. : 1310111178
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 Sabun Mandi Dettol (Studi Pada Warga Kelurahan Meruyung, Limo, Depok)

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 : 11 Januari 2018

Yang Menyatakan,

Feisha Fakhrusy

PENGESAHAN

MINAT BELI SABUN MANDI DETTOL (Studi Pada Warga Kelurahan Meruyung, Limo, Depok)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

FEISHA FAKHRUSY
1310111178

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada Tanggal: 11 Januari 2018
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP.
Ketua Penguji



Tati Handayani, S.E., M.M.
Penguji I (Pembimbing I)



Drs. Syarif Ali, M.Si.
Penguji II (Pembimbing II)



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



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

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal Ujian: 11 Januari 2018





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 GASAL TA. 2017/2018

Hari ini Kamis, tanggal 11 Januari 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : FEISHA FAKHRUSY

No. Pokok Mahasiswa : 1310111178

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Minat Beli Sabun Mandi Dettol (Studi Pada Warga Kelurahan Meruyung, Limo, Depok)

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

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP	Ketua	1.
2	Tati Handayani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Drs. Syarif Ali, M.Si	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 11 Januari 2018

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Wahyudi, SE, MM



MINAT BELI SABUN MANDI DETTOL (Studi Pada Warga Kelurahan Meruyung, Limo, Depok)

Oleh

Feisha Fakhrusy

Abstrak

Penelitian ini adalah kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut iklan dan citra merek terhadap minat beli sabun mandi Dettol. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Warga Kelurahan Meruyung Limo Depok. Ukuran sampel diambil sebanyak 60 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah *Partial Least Square*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) iklan memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,141. (2) citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,285.

Kata Kunci: Iklan, Citra Merek, Minat Beli

***Purchase Intention of Dettol Soap Bath
(Study on Citizens of Urban Village Meruyung, Limo, Depok)***

By

Feisha Fakhrusy

Abstract

This research is quantitative aims to understand the influence of advertising and brand image to purchase intention dettol soap bath. A population that used to research this is citizen of urban village Meruyung Limo Depok. Size sample taken 60 respondents. Technique the determination of sample uses the method purposive sampling. Analysis techniques used is partial least square. The result of this research showed that (1) advertising have no influence a significant impact on the purchase intention with the coefficients the value of 0,141. (2) brand image having significant impact on the purchase intention with the coefficients the value of 0,285.

Keywords: Advertising, Brand Image, Purchase Intention

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga penelitian ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan September 2017 sampai dengan Januari 2018 dengan judul “Minat Beli Sabun Mandi Dettol (Studi Pada Warga Kelurahan Meruyung, Limo, Depok)”.

Rasa terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta dan dosen penguji, Bapak Wahyudi, SE, MM. selaku Ka. Prodi S1 Manajemen dan Ibu Tati Handayani, S.E., M.M. dan Bapak Drs. Syarif Ali, M.Si. selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan yang sangat bermanfaat dalam proses penyusunan penelitian.

Disamping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua, saudara serta para sahabat yang tidak henti-hentinya memberikan semangat, motivasi dan doa. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada sahabat yang selalu menemani penulis serta memberikan semangat dan dorongan serta dalam keadaan susah dan senang bersama yaitu Ramanda, Cornelius Tommy Casper, Biaztio Magesha Wikasih, William Prayoga, Arie Oktiyansyah, Hendras Arung Satriyo, Nur Rahmawati, Faisal Wahyu Nur Arifin, Farhan Firdaus Alim, Nicky Faisal, Defia Arnanda, Fatimah Tuzzahra, Rizky Choirul Pratama, Resti Amelia Hakim, Alan Nugraha, Yunita Nurmala Sari serta teman-teman seperjuangan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Serta penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan S1 Manajemen yang telah memberikan semangat, motivasi, dan membantu menyelesaikan usulan penelitian ini karena penulis tidak dapat menyebutkan satu persatu. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pembaca.

Depok, 1 Januari 2018

Feisha Fakhrusy

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	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.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Penelitian Sebelumnya	7
II.2 Landasan Teori	9
II.2.1 Pemasaran	9
II.2.2 Minat Beli.....	10
II.2.3 Iklan	11
II.2.3.1 Definisi Iklan	11
II.2.3.2 Jenis-jenis Iklan	12
II.2.3.3 Daya Tarik Iklan	17
II.2.4 Citra Merek	18
II.2.4.1 Definisi Citra Merek	18
II.2.4.2 Manfaat Citra Merek	19
II.2.4.3 Jenis-jenis Utama Merek dan Citra Merek	19
II.3 Kerangka Pemikiran.....	20
II.4 Pengembangan Hipotesis	20
II.4.1 Iklan Terhadap Minat Beli	21
II.4.2 Citra Merek Terhadap Minat Beli	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 Metode Penentuan 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	25
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji hipotesis.....	26
III.4.1	Teknik Analisis Data.....	26
III.4.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	26
III.4.1.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	27
III.4.1.3	Cara Kerja <i>Partial Least Square (PLS)</i>	27
III.4.2	Uji Hipotesis.....	28
III.4.2.1	Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	28
III.4.2.2	Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	28
III.5	Kerangka Model Penelitian.....	28
III.5	Kerangka Model Penelitian.....	28
BAB IV	HASIL & PEMBAHASAN	30
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	30
IV.1.1	Sejarah Dettol dan PT. Reckitt Benckiser Indonesia	30
IV.1.2	Deskripsi Data	32
IV.1.2.1	Deskripsi Data Responden	32
IV.1.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	33
IV.1.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas PLS	33
IV.1.3.2	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	33
IV.1.3.3	Uji Validitas Konvergen.....	35
IV.1.3.4	Uji Validitas Diskriminan	36
IV.1.3.5	Uji Reliabilitas PLS.....	37
IV.1.3.6	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	38
IV.1.3.7	R Square	38
IV.1.3.8	Q Square.....	39
IV.1.3.9	Koefisien Jalus (<i>Path Coefficients</i>).....	39
IV.1.3.10	Uji T-Statistik.....	40
IV.2	Pembahasan	41
IV.2.1	Hubungan Iklan dengan Minat Beli	41
IV.2.2	Hubungan Citra Merek dengan Minat Beli	42
IV.3	Keterbatasan Penelitian	42
BAB V	SIMPULAN & SARAN	44
V.1	Simpulan.....	44
V.2	Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA	45
RIWAYAT HIDUP	45
LAMPIRAN	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	<i>Top Brand Index</i> Sabun Mandi Tahun 2015-2017	3
Tabel 2.	Matriks Penelitian Terdahulu Terhadap Minat Beli	9
Tabel 3.	Pengukuran Variabel	23
Tabel 4.	Skala Likert	25
Tabel 5.	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	26
Tabel 6.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	27
Tabel 7.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	32
Tabel 8.	Karakteristik Responden Menurut Usia	33
Tabel 9.	<i>Outer Loading Factor</i>	36
Tabel 10.	<i>Fornell-Lacker Criterium</i>	36
Tabel 11.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	37
Tabel 12.	<i>Composite Reliability</i>	37
Tabel 13.	<i>Cronbach's Alpha</i>	38
Tabel 14.	<i>R Square dan R Square Adjusted</i>	38
Tabel 15.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur	39
Tabel 16.	Hasil Uji T-Statistik	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 2. Langkah-Langkah Analisis PLS	27
Gambar 3. Kerangka Model Penelitian.....	29
Gambar 4. Nilai <i>Outer Loading Factor</i> Menggunakan Diagram Jalur PLS.....	34
Gambar 5. Nilai <i>Outer Loading Factor</i> Menggunakan Diagram Jalur PLS Setelah Re-estimasi.....	36
Gambar 6. <i>Inner Model</i>	41

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Kuesioner 60 Responden
- Lampiran 3 Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4 Hasil *Output Outer Model* PLS
- Lampiran 5 Hasil *Output Inner Model* PLS
- Lampiran 6 Hasil *Output* PLS
- Lampiran 7 R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 8 Surat Riset