



**ANALISIS MINAT BELI SHAMPO CLEAR**

**SKRIPSI**

**JESSLYN LUDWINIA SUTANTO**

**1410111047**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2018**



# **ANALISIS MINAT BELI SHAMPO CLEAR**

## **SKRIPSI**

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

**JESSLYN LUDWINIA SUTANTO**

**1410111047**

**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 : Jesslyn Ludwinia Sutanto

NIM. : 1410111047

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

Jakarta, 29 Juni 2018

Yang Menyatakan

Jesslyn Ludwinia Sutanto

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Jesslyn Ludwinia Sutanto  
NIM. : 1410111047  
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:

### **Analisis Minat Beli Shampo Clear**

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 : 29 Juni 2018

Yang Menyatakan,

Jesslyn Ludwinia Sutanto

**SKRIPSI**

**ANALISIS MINAT BELI SHAMPO CLEAR**

**Dipersiapkan dan disusun oleh:**

**JESSLYN LUDWINIA SUTANTO  
1410111047**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
pada tanggal : 29 Juni 2018  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

**Yuliniar, SE, MM.  
Ketua Penguji**

**Suharyati, SE., MM  
Penguji I**

**Lina Aryani, SE, MM  
Penguji II (Pembimbing I)**

**Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Wahyudi, S.E., M.M.  
Ketua Program Studi Manajemen S1**

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 29 Juni 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](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GENAP TA. 2017/2018

Hari ini Jumat , tanggal 29 Juni 2018, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : JESSLYN LUDWINIA SUTANTO

No.Pokok Mahasiswa : 1410111047

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Analisis Minat Beli Shampo Clear

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

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Yuliniar, SE, MM	Ketua	
2	Suharyati, S.E., M.M	Anggota I	
3	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 29 Juni 2018  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprodik. Manajemen S.1



# ***ANALYSIS OF PURCHASE INTENTION IN CLEAR SHAMPOO***

**By**

**Jesslyn Ludwinia Sutanto**

## ***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the influence of promotions and celebrities supporting the buying interest through brand image as intervening variable. The population in this research is Krukut urban village. The sample size was taken by 75 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection was done through questionnaire distribution. Analytical technique used is the method of analysis PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that (1) Promotion has a significant influence on buying interest with the coefficient value of 0,551. (2) Promotion has no effect on buying interest through brand image as intervening variable with path coefficient value 0,177. (3) Supporting celebrities have no effect on buying interest with lane coefficient value of 0.001. (4) Supporting celebrities have no effect on buying interest through brand image as intervening variable with coefficient value of -0.026.*

*Keywords: Promotion, Celebrity Endorser, Brand Image, Purchase Intention.*

# **ANALISIS MINAT BELI SHAMPO CLEAR**

**Oleh**

**Jesslyn Ludwinia Sutanto**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan selebriti pendukung terhadap minat beli melalui citra merek sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kelurahan Krukut. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,551. (2) Promosi tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli melalui citra merek sebagai variabel intervening dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,177. (3) Selebriti pendukung tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,001. (4) Selebriti pendukung tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli melalui citra merek sebagai variabel intervening dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,026.

**Kata Kunci:** Promosi, Selebriti Pendukung, Citra Merek dan Minat Beli.



## **PRAKATA**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat karunia-Nya hingga karya ilmiah ini telah diselesaikan. Penelitian dengan judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah “**Analisis Minat Beli Shampo Clear**”. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Lina Ariyani, SE, MM dan Ibu Rosali, SE, MM. selaku dosen pembimbing, Bapak Drs. Supriyanto, SE, MM selaku dosen pembimbing akademik dan kepada seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bimbingan akademik bagi penulis selama perkuliahan.

Di samping itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Kakek, Nenek, Mama, dan Papa, serta seluruh keluarga yang memberikan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada teman-teman yang sangat berjasa yaitu Diadz Elmanda, Bayu Setiawan, Desi Nopebrianti, Arliza Putri, Benny, Fajry, Bella, Mayang, Salfah, Silvia, Tiwi, Febi, Indah, Mirta, Ka Agni Rizkita, CTGZ, dan Angkatan 2014 S1 Management yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat yang telah membantu dalam penulis.

Jakarta, 21 Maret 2018

Jesslyn Ludwinia Sutanto

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	v
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	4
I.3 Tujuan Penelitian.....	4
I.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, MODEL PENELITIAN, DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>6</b>
II.1 Tinjauan Pustaka .....	6
II.1.1 Minat Beli, Promosi, Selebriti Pendukung dan Citra Merek .....	6
II.1.2 Minat Beli.....	8
II.1.2.1 Indikator Minat Beli .....	10
II.1.3 Promosi.....	10
II.1.3.1 Bauran Promosi .....	11
II.1.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi bauran promosi.....	12
II.1.3.3 Iklan.....	12
II.1.3.4 Sifat Iklan .....	13
II.1.3.5 Daya Tarik Iklan.....	13
II.1.3.6 Jenis Iklan.....	14
II.1.3.7 Tujuan Periklanan .....	14
II.1.3.8 Promosi Penjualan.....	15
II.1.3.9 Kategori Promosi Penjualan.....	15
II.1.3.10 Tujuan Promosi Penjualan .....	16
II.1.3.11 Minat Beli dan Promosi.....	16
II.1.4 Selebriti Pendukung .....	16
II.1.4.1 Karakteristik Endorser.....	17
II.1.4.2 Jenis-Jenis Endorser .....	18
II.1.4.3 Minat Beli dan Selebriti Pendukung .....	18
II.1.5 Merek .....	19
II.1.5.1 Ekuitas Merek .....	19
II.1.5.2 Citra Merek .....	20

II.1.5.5	Kesadaran Merek.....	21
II.1.5.6	Tahap Kesadaran Merek.....	21
II.1.5.7	Minat Beli dan Citra Merek .....	22
II.2	Model Penelitian .....	23
II.3	Hipotesis.....	23
II.3.1	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli .....	24
II.3.2	Pengaruh Selebriti Pendukung Terhadap Minat beli .....	24
II.3.3	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek .....	25
II.3.4	Pengaruh Selebriti Pendukung Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek .....	25
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	27
III.1.1	Definisi Operasional.....	27
III.2	Populasi dan Sampel .....	28
III.2.1	Populasi .....	28
III.2.2	Sampel.....	28
III.3	Teknik Pengumpulan Data .....	29
III.3.1	Jenis Data .....	29
III.3.2	Sumber Data.....	29
III.3.2.1	Data Primer .....	29
III.3.3	Pengumpulan Data .....	30
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	31
III.4.1	Teknik Analisis Data .....	31
III.4.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	31
III.4.2	Uji Hipotesis.....	32
III.4.2.1	Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	32
III.4.2.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	32
III.4.2.3	Cara Kerja <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	33
III.4.2.4	Langkah-Langkah <i>PLS</i> .....	33
III.4.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	34
III.5	Model <i>PLS</i> .....	34
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
IV.	Deskripsi Objek Penelitian.....	36
IV.1.1	Sejarah Clear PT. Unilever Indonesia .....	36
IV.1.2	Deskripsi Data .....	38
IV.1.2.1	Deskripsi Data Responden .....	38
IV.1.2.2	Analisis Data Deskriptif .....	39
IV.1.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	42
IV.1.3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	42
IV.1.3.2	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	42
IV.1.3.3	Uji Validitas Konvergen.....	45
IV.1.3.4	Uji Validitas Diskriminan .....	46
IV.1.3.5	Uji Reliabilitas.....	47
IV.1.3.6	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	49
IV.1.3.7	<i>R Square</i> .....	49
IV.1.3.8	<i>Q Square</i> .....	50

IV.1.3.9	Uji t-Statistik .....	50
IV.1.3.10	Koefisien Jalur ( <i>Path Coefficients</i> ) .....	52
IV.2	Pembahasan .....	55
IV.2.1	Pengaruh Promosi Dengan Minat Beli .....	55
IV.2.2	Pengaruh Selebriti Pendukung Dengan Minat Beli .....	55
IV.2.3	Pengaruh Promosi Dengan Minat Beli Melalui Citra Merek .....	56
IV.2.4	Pengaruh Selebriti Pendukung Dengan Minat Beli Melalui Citra Merek .....	56
IV.3	Keterbatasan Penelitian .....	57
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
V.1	Simpulan.....	58
V.2	Saran.....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>60</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Peringkat <i>Top Brand Award</i> Kategori Perawatan Pribadi Produk Shampo Tahun 2015-2017.....	3
Tabel 2.	Variabel Operasional.....	28
Tabel 3.	Skala <i>Likert</i> .....	30
Tabel 4.	Kisi-Kisi Instrumen .....	31
Tabel 5.	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha Cronbach.....	32
Tabel 6.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	38
Tabel 7.	Karakteristik Responden Menurut Usia .....	38
Tabel 8.	Karakteristik Responden Menurut Status Pekerjaan.....	39
Tabel 9.	Interpretasi Nilai Persentase Responden .....	40
Tabel 10.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi.....	40
Tabel 11.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Selebriti Pendukung .....	41
Tabel 12.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Citra Merek .....	41
Tabel 13.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli.....	42
Tabel 14.	Hasil <i>Outer Model 1</i> .....	43
Tabel 15.	Hasil <i>Outer Model 2</i> .....	45
Tabel 16.	<i>Outer Loading Factor</i> .....	45
Tabel 17.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	46
Tabel 18.	<i>Fornell-Larcker Criterium</i> .....	47
Tabel 19.	<i>Composite Reliability</i> .....	48
Tabel 20.	<i>Cronbach's Alpha</i> .....	48
Tabel 21.	Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i> .....	49
Tabel 22.	Hasil Uji t-Statistik.....	51
Tabel 23.	Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur .....	52
Tabel 24.	Interpretasi Hasil Koefisien Jalur .....	53
Tabel 25.	<i>Indirect Effects</i> .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model AIDA (Setyaningrum, dkk) .....	9
Gambar 2. Piramida Tingkatan Kesadaran Merek .....	22
Gambar 3. Model Penelitian .....	23
Gambar 4. Langkah-langkah Analisis PLS .....	33
Gambar 5. Kerangka Model PLS .....	35
Gambar 6. Gambar <i>Outer Model</i> .....	43
Gambar 7. Gambar <i>Outer Model</i> Setelah Re-estimasi .....	44
Gambar 8. <i>Inner Model</i> .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Peneltian Terdahulu
Lampiran 2	Matriks Penelitian Terdahulu
Lampiran 3	Kuesioener Peneltian
Lampiran 4	Data Kuisisioner 75 Responden
Lampiran 5	Hasil Deskripsi Data Responden
Lampiran 6	Hasil Analisis Deskripsi Data Penelitian
Lampiran 7	Hasil <i>Output Outer Model</i> PLS
Lampiran 8	Hasil <i>Output Inner Model</i> PLS
Lampiran 9	Hasil <i>Output Model</i> PLS
Lampiran 10	R Tabel dan Tabel
Lampiran 11	Surat Permohonan Riset
Lampiran 12	Berita Acara Seminar Proposal