

**ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN PENJUALAN PRODUK
DI INTERNET TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(SURVEY PELANGGAN TOKO ONLINE AULIA SHOP)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada
Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

NITIATNA PRADIPTA
B 100 100 188

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2014**

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN PENJUALAN PRODUK DI INTERNET TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (SURVEY PELANGGAN TOKO ONLINE AULIA SHOP)

Yang ditulis oleh :

Nama : NITIATNA PRADIPTA

NIM : B. 100 100 188

Pendandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Juli 2014

Pembimbing



(Dra. Chuzaimah, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dr. Triyono, SE., M.Si)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **NITIATNA PRADIPTA**

NIRM : **10.6.106.0201416.500188**

Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH IKLAN DAN PENJUALAN
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(SURVEY PELANGGAN TOKO ONLINE AULIA SHOP)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **Juli 2014**

Yang membuat pernyataan,



NITIATNA PRADIPTA

MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila telah selesai (segala urusan), maka kerjakanlah (urusan yang lain) dengan sungguh-sungguh

(Q.S Al Insyirah : 6-7).

Esensi menjadi manusia adalah ketika seseorang tidak mencari kesempurnaan

(George Orwell-Novelis)

Yang baik bagi orang lain adalah selalu yang betul-betul membahagiakannya.

(Aristoteles)

Hidup adalah perjuangan sampai mati..

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Karya ini Kupersembahkan teruntuk :

- Bapak dan ibu yang telah mendidik dan membesarkan aku dengan untaian doa dan kasih sayang yang selalu mengiringi setiap langkahku
- Kakak dan Adikku yang telah memberikan dukungan, doa, sehingga mampu memacu semangatku
- Seseorang yang kelak menjadi pendampingku
- Almamaterku, semoga dari sanalah awal kesuksesanku. Amin

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah hirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas limpahan Rahmat dan berkah dari Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti. Salam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat Islam dari jaman kegelapan kejaman yang jauh lebih baik.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan sukarela memberikan dukungan, doa, kesempatan, bantuan pemikiran tenaga dan fasilitas sehingga penelitian ini berjalan sebagaimana mestinya. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus. S, SE., M.Si., selaku Kajur Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Drs. Sujadi, MM selaku Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan saran selama aku kuliah di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Dra. Chuzaimah, MM selaku pembimbing skripsi yang dengan penuh keikhlasan dan kesabaran membantu penulis hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf karyawan FEB. UMS yang telah banyak memberi bantuannya.

6. Ibu dan Bapak yang tercinta terima kasih atas kasih sayangnya yang tulus, tiada kuasa kiranya ananda membalasnya.
7. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seangkatan terima kasih atas keceriaan dan kebahagiaan selama menuntut ilmu di UMS

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini. Namun tak ada gading yang tak retak, maka saran yang konstruktif senantiasa penulis nantikan. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi setiap pembaca pada umumnya.

Surakarta, Juli 2014

Penulis

NITIATNA PRADIPTA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Skripsi.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Manajemen Pemasaran.....	7

B. Perilaku Konsumen	8
1. Pengertian Perilaku Konsumen	8
2. Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen...	12
C. Produk	15
1. Pengertian Produk	15
2. Produk dilihat dari penggunaan ada 2 jenis.....	15
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Merek.....	21
D. Penelitian Terdahulu.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Kerangka Pemikiran	31
B. Definisi Operasional	32
C. Hipotesis	32
D. Jenis dan Sumber Data	33
E. Metode Pengumpulan Data	33
F. Populasi dan Sampel	34
G. Uji Instrumen.....	35
H. Alat Analisis	36
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	41
A. Deskripsi Responden	41
B. Uji Instrumen	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	46
C. Uji Asumsi Klasik	47

1. Multikolinearitas.....	47
2. Heteroskedastisitas	47
3. Normalitas	48
D. Analisis Data.....	49
1. Analisa Regresi Berganda	49
2. Uji t.....	50
3. Uji F.....	53
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
E. Pembahasan	55
BAB V. PENUTUP	57
A. Kesimpulan	57
B. Keterbatasan Penelitian	58
C. Saran-saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Umur	41
Tabel 4.2	Karakteristik Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3	Karakteristik Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.4	Karakteristik Pekerjaan	43
Tabel 4.5	Karakteristik Pendapatan.....	43
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Iklan	44
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Penjualan Produk.....	45
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	45
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	47
Tabel 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas.....	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	31

ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang signifikan iklan terhadap minat beli konsumen pada toko Online Aulia Shop dan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan penjualan produk terhadap minat beli konsumen pada toko Online Aulia Shop.

Hipotesis dalam penelitian ini diduga ada pengaruh yang signifikan iklan dan penjualan produk secara parsial terhadap minat beli konsumen pada toko Online Aulia Shop dan diduga ada pengaruh terdapat pengaruh yang signifikan iklan dan penjualan produk terhadap minat beli konsumen pada toko Online Aulia Shop.

Berdasarkan hasil uji t_{test} maka diketahui variabel iklan (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Variabel penjualan produk (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Berdasarkan hasil uji F secara bersama-sama variabel variabel iklan dan penjualan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Sehingga model yang digunakan adalah fit. Hasil koefisien determinasi atau *R square* (R^2) sebesar 0,589, berarti variasi perubahan variabel minat beli dapat dijelaskan oleh variabel iklan (X_1) dan penjualan produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli sebesar 58,9%. Sedangkan sisanya sebesar 41,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata Kunci : Iklan, Penjualan Produk dan Minat Beli

ABSTRACT

Target in this research is to know the influence which signifikan advertisement to enthusiasm buy the consumer shop of Online Aulia Shop and to know the influence which signifikan of product sale to enthusiasm buy the consumer shop of Online Aulia Shop.

Hypothesis in this research is anticipated there is influence which signifikan of advertisement and product sale by parsial to enthusiasm buy the consumer shop of Online Aulia Shop and anticipated there is influence there are influence which signifikan of advertisement and product sale to enthusiasm buy the consumer shop of Online Aulia Shop.

Pursuant to result test the t_{test} hence known the advertisement variable (X_1) have the influence which signifikan to enthusiasm buy the. variable of product Sale (X_2) have the influence which signifikan to enthusiasm buy. Pursuant to result test the F by together variable of variable of advertisement and sale have an effect on the signifikan to enthusiasm buy. So that model used fit. Result of coefficient of determinasi or R square (R^2) equal to 0,589, meaning variation of change of enthusiasm variable buy explainable by advertisement variable (X_1) and product sale (X_2) have an effect on the signifikan to enthusiasm buy equal to 58,9%. While the rest equal to 41,1% explained by other; dissimilar variable outside.

Keyword : Advertisement, Sale of Product and Enthusiasm Buy.