

**PENGARUH *SENSUAL MARKETING*, *BRAND AWARENESS*, DAN
KARAKTERISTIK PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PADA PRODUK *ORIFLAME*
(Studi Kasus pada 100 warga di Kecamatan Sidomukti
Kota Salatiga Provinsi Jawa Tengah)**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

AGUSTINA DWI PUSPITASARI

B100100314

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH *SENSUAL MARKETING*, *BRAND AWARENESS*, DAN
KARAKTERISTIK PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PADA PRODUK *ORIFLAME*
(Studi Kasus pada 100 warga di Kecamatan Sidomukti
Kota Salatiga Provinsi Jawa Tengah)**

Yang ditulis oleh :

AGUSTINA DWI PUSPITASARI

B100100314

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 13 Juli 2015

Pembimbing


(Lukman Hakim, SE, MSi)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

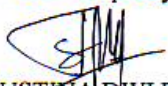
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : AGUSTINA DWI PUSPITASARI
NIRM : 10.6.106.020416.500.314
Jurusan : PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH SENSUAL MARKETING BRAND
: AWARENESS DAN KARAKTERISTIK PRODUK
: TERHADAP MINAT BELI PRODUK ORIFLAME
: PADA WARGA KECAMATAN SIDOMUKTI
: SALATIGA

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, 29 Juli 2015

Yang membuat pernyataan,


AGUSTINA DWI PUSPITASARI

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguhnya (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap.

(Qs. Al-Insyirah : 6-8)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis, maka penulis akan mempersembahkan skripsi ini kepada :

- Allah SWT yang telah memberikan saya kehidupan yang bermakna dalam hidupku, memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Rasulullah SAW semoga sholawat serta salam selalu tercurah kepada Beliau Nabi Muhammad SAW.
- Bapak Ibu dan kakakku yang telah memberikan kasih sayang dan cinta, pengorbanan, motivasi, doa dan materi yang tiada hentinya.
- Bahana Ridho Prasnandra suami tercinta yang selalu menemani, memberikan dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
- Kedua puteri kecil saya Gendis Sakhi Melodia dan Gelis Sharfaa Harmonia yang menjadi penyemangat dikala lelah.
- Sabhatku Marisa Tri Hapsari terimakasih atas dukungan dan doanya serta terimakasih selalu bersedia menemani dalam kuliah dan penulisan skripsi ini.
- Adikku Dewi Wulandari terimakasih atas waktunya dan yang selalu sabar dalam membantu merawat Gendis dan Gelis selama saya kuliah.
- Almamaterku.

ABSTRAK

Oriflame adalah perusahaan yang memproduksi kosmetika yang berasal dari Swedia. Sejak tahun 1987 Oriflame mulai memasuki pasar Indonesia. Oriflame adalah merek kosmetik yang menjadi top brand pada tahun 2013. Pada 2013, Oriflame Indonesia menjadi salah satu sponsor pada ajang pencarian bakat nasional di Indonesia. Hal ini merupakan pertama kalinya Oriflame memperkenalkan produknya melalui media massa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *sensual marketing*, *brand awareness* dan karakteristik produk terhadap minat beli pada produk *Oriflame*. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah dengan menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 107 responden.

Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa *sensual marketing*, *brand awareness* dan karakteristik produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk *Oriflame*.

Kata kunci : *Sensual Marketing*, *Brand Awareness*, Karakteristik Produk, Minat Beli, Produk Kosmetik

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan berkahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *SENSUAL MARKETING*, *BRAND AWARENESS*, DAN KARAKTERISTIK PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK *ORIFLAME* (Studi Kasus pada 100 warga di Kecamatan Sidomukti Kota Salatiga Provinsi Jawa Tengah)”**. Diajukan untuk memenuhi tugas dan syarat untuk menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, M.Si selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Wiyadi selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Lukman Hakim SE, MSi selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus memberikan bimbingan, arahan serta saran kepada penulis dalam penulisan skripsi.

5. Bapak dan Ibu dosen serta staff karyawan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta .
6. Semua pihak yang telah membantu dan tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta,13 Juli 2015

Penulis

Agustina Dwi Puspitasari

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Sensual Marketing.....	7
B. Brand Awareness	8

C. Karakteristik Produk	10
D. Minat Beli	11
E. Penelitian Terdahulu	12
F. Kerangka Pemikiran	13
G. Pengembangan Hipotesis	
1. Pengaruh Sensual Marketing Terhadap Minat Beli	14
2. Pengaruh Brand Awareness Terhadap Minat Beli	15
3. Pengaruh Karakteristik Produk Terhadap Minat Beli	16
BAB III METODELOGI PENELITIAN	17
A. Jenis Penelitian.....	17
B. Populasi, Sampel dan Pengambilan Sampel	17
C. Data dan Sumber Data	18
D. Metode Pengambilan Sampel	18
E. Definisi Operasional Variabel.....	19
F. Teknik dan Langkah Analisis.....	20
1. Statistik Diskriptif	20
2. Pengujian Kualitas Data	20
3. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	21
4. Analisis Regresi Linier Berganda	23
5. Pengujian Hipotesis	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
A. Karakteristik Responden	26
B. Analisis Data	28

1. Uji Validitas	28
2. Uji Reliabilitas	30
C. Uji Asumsi Klasik	31
1. Uji Normalitas	31
2. Uji Multikolinearitas	31
3. Uji Heterokedasitas	32
D. Uji Hipotesis	33
1. Analisis Regresi Berganda	33
2. Uji T (Uji Hipotesis Secara Parsial).....	34
3. Uji F	35
4. Uji Adjusted R ²	36
E. Pembahasan Hasil Penelitian	36
BAB V PENUTUP.....	40
A. Kesimpulan	40
B. Saran	40

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Dilihat dari Usia	26
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Dilihat dari Pendapatan	27
Tabel 4.3.	Karakteristik Respdnen Dilihat dari Pekerjaan.....	27
Tabel 4.4.	Karakteristik Respdnen Dilihat dari Pendidikan Terakhir.....	28
Tabel 4.5.	Uji Validitas	29
Tabel 4.6.	Uji Reabilitas	30
Tabel 4.7.	Uji Kolmogomov Smirnov	31
Tabel 4.8.	Uji Multikolinearitas	32
Tabel 4.9.	Uji Heterokedasitas	32
Tabel 4.10	Hasil Regresi Berganda	33
Tabel 4.11	Hasil Uji F.....	35
Tabel 4.12	Hasil Uji R^2	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar F.1 Kerangka Pemikiran	14
-------------------------------------	----

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	DATA HASIL KUESIONER
LAMPIRAN 3	HASIL OUTPUT SPSS