

**ANALISIS PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI
KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWI FEB
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SURAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Dan Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat-Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

MALVINA FATMA VADILA

B100140252

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

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWI FEB UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Yang ditulis oleh:

MALVINA FATMA VADILA
B100140252

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 9 Juni 2018

Pembimbing

(Nur Achmad, S.E. MSi)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Syamsudin, M.M)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **MALVINA FATMA VADILA**
NIM : **B100140252**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH IKLAN, KUALITAS
PRODUK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP MINAT BELI KOSMETIK WARDAH
PADA MAHASISWI FEB UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang 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 Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **9 JUNI 2018**

Yang membuat pernyataan,



MALVINA FATMA VADILA

Motto

"Kegagalan hanya terjadi bila kita menyerah."

(Lessing)

"Tiada Hari Tanpa Prestasi."

"Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia."

(Nelson Mandela)

"Success is the best revenge."

"Your duty as a child is lifting your family pride."

"Don't be upset when people talk behind your back, you have to be happy that you are the one in front."

"Where there is a life, there is a hope."

"Do not be a follower....be a Leader."

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya hingga terselesaikannya skripsi ini. Kupersembahkan skripsi ini untuk :

1. **Allaah SWT**, yang telah memberi anugerah karunia serta senantiasa mencurahkan nikmat serta hidayah-Nya kepadaku
2. **Rasullullaah SAW**, semoga shalawat dan salam selalu tercurah kepada Beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
3. **Bapak dan Ibu tersayang**, terimakasih atas doa, cinta, kasing sayang, pengorbanan, motivasi, petuah, rasa tulus dan ikhlas yang telah kalian berikan.
4. **Adikku tersayang**, yang telah memberikan dukungan serta motivasi agar skripsi ini cepat terselesaikan.
5. **Sahabat-sahabatku tercinta** (Anggita, Anisa ekape, Defi, Bani, Robby, Dimas, Imam, Dhita) terimakasih untuk semangat, perhatian, motivasi, canda tawa, kenangan, dan arti kebersamaanya selama ini.
6. **Dosen Pembimbingku**, Bapak Nur Achmad, SE. Msi. yang tanpa kenal lelah membimbing dan memberikan ilmu serta pengetahuan yang luas dan beragam dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. **Almamater yang ku banggakan selalu** (Universitas Muhammadiyah Surakarta), terimakasih telah menjadi tempat terbaik dalam menuntut ilmu.

**ANALISIS PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI
KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWI FEB
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SURAKARTA**

ABSTRAKSI

Analisis penelitian ini tentang pengaruh iklan, kualitas produk dan kepercayaan merek terhadap minat beli. Studi yang dilakukan pada mahasiswa feb universitas muhammadiyah surakarta. Sampel yang diambil dalam studi tersebut sebanyak 100 responden yang menggunakan kosmetik wardah. Analisis data pada penelitian ini menggunakan program SPSS 22.

Metode analisis yang dipergunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik. Berdasarkan hasil analisis yang ditemukan maka dapat dijelaskan bahwa iklan, kualitas produk, dan kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan kualitas produk adalah variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap minat beli. Hal ini dapat dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan probabilitas $> 0,05$.

Dalam model yang dibentuk variabel iklan, kualitas produk, dan kepercayaan merek mampu menjelaskan variabel minat beli sebesar 60,5% dan sisanya 39,5 % masih dipengaruhi variabel lainnya.

Kata Kunci: Iklan, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Merek

**ANALYSIS OF EFFECT OF ADVERTISING, QUALITY PRODUCT AND
BRAND TRUST ON INTEREST BOSS WARDAH COSMETIC
IN STUDENT FEB UNIVERSITY MUHAMMADIYAH
SURAKARTA**

ABSTRACT

Analysis of this research on the influence of advertising, product quality and brand trust on buying interest. The study conducted on female university students of muhammadiyah surakarta. Samples taken in the study were 100 respondents who used wardah cosmetics. Data analysis in this study using SPSS 22 program.

The analysis method used is multiple linear regression analysis, validity and reliability test, and classical assumption test. Based on the results of the analysis found it can be explained that advertising, product quality, and brand trust have a significant effect on buying interest and product quality is the most dominantly influential variable on buying interest. It can be seen from t arithmetic $>$ t table and probability $>$ 0,05.

In the model formed advertising variables, product quality, and brand trust able to explain the variable of buying interest by 60.5% and the remaining 39.5% is still influenced by other variables.

Keywords: Advertising, Product Quality, and Brand Trust

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Iklan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta”**, Tidak lupa sholawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW yang dengan perjuangan yang telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan, terlahir untuk seluruh manusia demi menuju Ridho-Nya.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E, M.Si, Ph.D selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Nur Achmad SE, M.Si selaku pembimbing akademik dan juga pembimbing skripsi yang dengan sabar, tulus, dan tanpa kenal lelah telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan dan dorongan

selama proses penyusunan skripsi serta selama saya menuntut ilmu di kampus ini

5. Para dosen dan seluruh staf pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
6. Bapak dan Ibu yang tak selalu dengan ikhlas memberikan do'a, kasih sayang, cinta, waktu, semangat, dan motivasi sehingga dalam penulisan skripsi ini selalu diberikan kelancaran.
7. Sahabat seperjuangan jurusan Manajemen angkatan tahun 2014 yang sangat luar biasa.
8. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara para pembaca ada yang memberikan saran atau kritikan yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 9 Juni 2018

MALVINA FATMA VADILA

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN..... | iii |
| MOTTO | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| ABSTRAKSI | vi |
| ABSTARCT..... | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| E. Sistematika Penulisan Skripsi | 8 |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 11 |
| A. Pemasaran..... | 11 |
| B. Minat Beli | 16 |
| C. Iklan | 17 |

| | | |
|---------|--|----|
| | D. Kualitas Produk | 22 |
| | E. Kepercayaan Merek | 23 |
| | F. Penelitian Terdahulu | 25 |
| | G. Hipotesis | 26 |
| | H. Kerangka Pemikiran | 30 |
| BAB III | METODOLOGI PENELITIAN | 31 |
| | A. Jenis Penelitian | 31 |
| | B. Populasi dan Sampel | 31 |
| | C. Data dan Sumber Data | 32 |
| | D. Metode Pengumpulan Data | 33 |
| | E. Definisi Operasional Variabel | 34 |
| | F. Teknik Analisis Data | 36 |
| BAB IV | HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 43 |
| | A. Diskripsi Responden | 44 |
| | 1. Diskripsi Umur | 44 |
| | 2. Diskripsi Jenis Kelamin | 44 |
| | 3. Diskripsi Jurusan | 45 |
| | B. Analisis Data | 45 |
| | 1. Uji Validitas | 46 |
| | 2. Uji Reliabilitas | 48 |
| | 3. Uji Asumsi Klasik | 48 |
| | 4. Pengujian Hipotesis | 50 |
| | C. Pembahasan | 54 |

| | | |
|-------|--|----|
| | 1. Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen | 54 |
| | 2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen..... | 55 |
| | 3. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen..... | 55 |
| BAB V | PENUTUP | 58 |
| | A. Kesimpulan | 58 |
| | B. Saran | 58 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabel 4.1 | Diskripsi Umur | 44 |
| Tabel 4.2 | Diskripsi Jenis Kelamin | 44 |
| Tabel 4.3 | Diskripsi Umur | 45 |
| Tabel 4.5 | Hasil Validitas Iklan (IK)..... | 46 |
| Tabel 4.4 | Hasil Validitas Kualitas Produk (KP)..... | 46 |
| Tabel 4.6 | Hasil Validitas Kepercayaan Merek (KM) | 47 |
| Tabel 4.7 | Hasil Validitas Minat Beli (MB) | 47 |
| Tabel 4.8 | Hasil Reliabilitas | 48 |
| Tabel 4.9 | Hasil Normalitas | 49 |
| Tabel 4.10 | Hasil Multikolinieritas | 49 |
| Tabel 4. 11 | Hasil Heteroskedastisitas | 50 |
| Tabel 4.12 | Hasil Hipotesis | 51 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|--------------------------|----|
| Gambar 2.1 | Kerangka Pemikiran | 30 |
|------------|--------------------------|----|