

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DAYA TARIK IKLAN  
TELEVISI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN  
LUWAK WHITE KOFFIE**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**DITAS SARI**

**NIM: 20141221016**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA  
2018**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DAYA TARIK IKLAN  
TELEVISI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN  
LUWAK WHITE KOFFIE**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi  
Salah satu persyaratan dalam menyelesaikan  
Program Sarjana Ekonomi**

**OLEH :**

**DITAS SARI**

**NIM: 20141221016**

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

**2018**

## PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ditas Sari

NIM : 20141221016

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 16 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



Ditas Sari

Persetujuan Untuk Ujian Skripsi

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DAYA TARIK  
IKLAN TELEVISI TERHADAP MINAT BELI ULANG  
KONSUMEN LUWAK WHITE KOFFIE**

Oleh

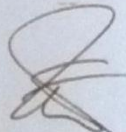
**DITAS SARI**

NIM: 20141221016

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

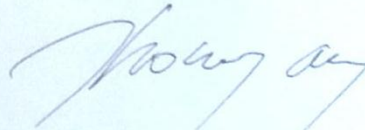
Surabaya, 16 Agustus 2018

Dosen Pembimbing I



**Dahruji, SE., M.E.I**

Dosen Pembimbing II



**Phonny Aditiawan Mulyana, SE., MM.**

Mengetahui

**Kaprodi Manajemen**



**Anita Roostawarni, SE., M.SE**

**PENGESAHAN PANITIA PENGUJI**

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji.

**Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DAYA TARIK IKLAN  
TELEVISI TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN**

**LUWAK WHITE KOFFIE**

**Nama : DITAS SARI**

**NIM : 20141221016**

**Program Studi : Manajemen**

**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis**

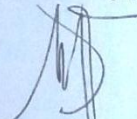
**Universitas Muhammadiyah Surabaya**

**Pada Hari / Tanggal : Selasa / 21 Agustus 2018**

**Pukul : 14.00 – 14.45**

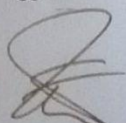
**Komisi Penguji terdiri dari :**

**Ketua Penguji :**



**Dr. M. Anang Firmansyah, MM**

**Anggota**



**Dahruji, SE., M.E.I**

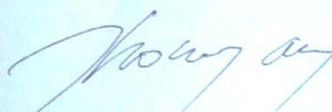
**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



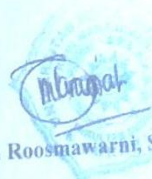
**Dr. Anna Mariana, SE., M.Si., Ak., CA**

**Anggota**



**Phonyy Aditiawan Mulyana, SE., MM.**

**Kaprodi Manajemen**



**Anita Roosmawarni, SE., M.SE**

## KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Luwak White Koffie.**

Penulisan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan masukan, arahan serta bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE. selaku Ketua Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Bapak Dahruji, SE.,M.E.I selaku Dosen Pembimbing I yang sudah banyak memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Phonny Aditiawan Mulyana, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang sudah banyak memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. M. Anang Firmansyah, S.E.,M.M. selaku Dosen Penguji yang sudah memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Ibu dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada penulis.

8. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan izin dan membantu penulis untuk mengadakan penelitian.
9. Bapak, ibu, adik, teman seperjuangan, sahabat dan semua keluarga besar yang selalu memberikan semangat, dorongan baik secara moril maupun materi serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
10. Teman-teman Program Studi Manajemen dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis telah berusaha menyusun proposal skripsi ini sesempurna mungkin, tetapi penulis menyadari bahwa dalam proposal skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat kami harapkan demi kesempurnaan proposal ini.

Harapan penulis, semoga proposal skripsi ini bisa dilanjutkan sebagai penelitian yang akhirnya menjadi sebuah skripsi yang bermanfaat untuk seluruh pembaca dan yang memerlukannya.

Surabaya, 16 Agustus 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	9
1. Pemasaran .....	9
a. Pengertian Pemasaran .....	9
b. Manajemen Pemasaran .....	10
2. Kualitas Produk.....	11
a. Pengertian Kualitas Produk.....	11
b. Indikator Kualitas Produk .....	11
3. Daya Tarik Iklan .....	12
a. Pengertian Iklan .....	12
b. Pengertian Media Iklan .....	12
c. Efektivitas Iklan .....	13



d. Pemilihan Media Iklan.....	13
e. Evaluasi Media Iklan .....	14
f. Model Iklan .....	15
g. Peran Model Iklan.....	16
h. Indikator Daya Tarik Iklan.....	17
4. Perilaku Konsumen.....	19
5. Minat Beli Ulang Konsumen .....	19
a. Pengertian Minat .....	19
b. Pengertian Minat Beli Konsumen .....	20
c. Minat Beli Ulang Konsumen .....	21
d. Indikator Minat Beli Ulang.....	22
B. Hubungan Antar Variabel.....	22
C. Penelitian Terdahulu.....	23
D. Kerangka Konseptual .....	29
E. Hipotesis .....	30

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan Penelitian.....	31
B. Identifikasi Variabel .....	31
C. Definisi Operasional Variabel .....	32
D. Teknik Pengumpulan Data .....	34
E. Populasi dan Teknik <i>Sampling</i> .....	35
F. Teknik Pengolahan Data.....	37
G. Uji Instrumen.....	38
1. Uji Validitas .....	38
2. Uji Reliabilitas .....	38
H. Analisis Data .....	39
1. Uji Asumsi Klasik.....	39
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	41
3. Uji R (Koefisien Korelasi).....	42
4. Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi).....	42

5. Uji Hipotesis .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	45
1. Sejarah Perusahaan .....	45
2. Visi dan Misi Perusahaan .....	46
3. Struktur Organisasi .....	47
B. Deskripsi Hasil Penelitian .....	47
1. Analisis Deskripsi Responden .....	48
2. Analisis Deskripsi Variabel .....	50
3. Uji Instrumen .....	54
a. Uji Validitas .....	54
b. Uji Reliabilitas .....	56
4. Uji Analisis Data .....	57
a. Uji Asumsi Klasik .....	57
b. Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
c. Uji R (Koefisien Korelasi) .....	62
d. Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) .....	62
e. Uji Hipotesis .....	63
C. Pembahasan .....	65
1. Pembahasan Hasil Statistik Deskriptif Variabel .....	65
2. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>.....</b>

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Halaman
3.1 Tabel Populasi .....	36
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan .....	49
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....	49
4.4 Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Kualitas Produk .....	50
4.5 Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Daya Tarik Iklan TV ...	52
4.6 Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Minat Beli Ulang .....	53
4.7 Hasil Uji Validitas .....	55
4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	56
4.9 Uji Normalitas .....	57
4.10 Uji Multikolinearitas .....	58
4.11 Hasil Analisis Linier Regresi Berganda .....	60
4.12 Hasil Uji R dan $R^2$ .....	62
4.13 Hasil Analisis Uji F .....	63
4.14 Hasil Analisis Uji t .....	64

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Halaman
1.1 Konsumsi Kopi Indonesia .....	2
1.2 <i>Top Brand Index White Coffe</i> .....	3
2.1 Kerangka Konseptual.....	29
4.1 Struktur Organisasi .....	47
4.2 Uji Heterokedastisitas .....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

- A. Lampiran I Kisi-kisi Kuesioner .....
- B. Lampiran II Kuesioner Penelitian .....
- C. Lampiran III Tabulasi Data Responden .....
- D. Lampiran IV R Tabel .....
- E. Lampiran V F Tabel .....
- F. Lampiran VI T Tabel .....
- G. Lampiran VII Data Deskriptif Responden .....
- H. Lampiran VIII Hasil Uji SPSS .....

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. d. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Abiidurrahman. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap keputusan pembelian produk "Mie Sedap Cup". *Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*.
- Akdon & Ridwan. (2007). *Rumus dan Data dalam aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Engel, J. F. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jilid1. Jakarta Bina : Aksara.
- Fatihudin, D. (2012). *Metode Penelitian Untuk ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi. dari teori ke praktek*. Surabaya: PPs UMSurabaya.
- Fatihudin, D. (2015). *Buku Ajar Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Sidoarjo: Zifatama Pusblishing.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program, Edisi ketujuh*. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, B. (2011). Pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan, reputasimerek dan loyalitas konsumen jamu tolak angin PT. Sido Muncul. *Institut Bisnis dan Informatika Indonesia*.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. (2012). *Marketing Management. Edisi 14e*. Pearson Education as Prentice Hall.
- Krisna, K. T. (2012). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen. *Ilmu Administrasi*.
- Moriarty, S. M. (2011). *Advertising*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Priyanto. 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offest.
- Ratnasari, A. D. (2012). Pengaruh Kualitas Produk, harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di Djawi Lanbistro Coffe And

Resto Surabaya. *Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*.

Sangadji, M. d. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Santoso, Singgih. (2009). *Panduan lengkap menguasai statistik dengan SPSS 17*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.

Sembiring, I. J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang). *Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya*.

Sugiyono. (2012). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Tampi, D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, harga dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian motor Honda Scoopy pada PT. DAYA ADICIPTA WISESA. *Jurnal EMBA*.

Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.

Wicaksono, A. (2013). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Luwak White Koffie (Studi Di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Universitas Brawijaya.

[www.aeki-aice.org/page/konsumsi-kopi-domestik/id](http://www.aeki-aice.org/page/konsumsi-kopi-domestik/id)

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com), 2016