

**PENGARUH IKLAN TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PADA MORIKU DENGAN MOTIVASI UTILITARIAN
SEBAGAI MODERATOR**



OLEH:
BRANY ESTERINA ZEBUA
1723019008

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2023**

**PENGARUH IKLAN TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PADA MORIKU DENGAN MOTIVASI UTILITARIAN SEBAGAI
MODERATOR**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis

Fakultas Kewirausahaan

OLEH:

BRANY ESTERINA ZEBUA

1723019008

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2023

ii

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Brany Esterina Zebua

NRP : 1723019008

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Terhadap *Purchase Intention* Pada *Mozi* Dengan Motivasi Utilitarian Sebagai Moderator

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 9 Januari 2023

Yang Menyatakan



HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA MORIKU DENGAN MOTIVASI UTILITARIAN SEBAGAI MODERATOR

Oleh:

Brany Esterina Zebua
1723019008

Telat Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, MM
Tanggal: 13 Januari 2023

Pembimbing II,



Yan Christianto Setiawan, SE., M.Ak
Tanggal: 13 January 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Brany Esterina Zebua NRP: 1723019008
Telah diuji pada tanggal 19 Januari 2023 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji.

Ketua Tim Penguji,



Yan Christianto Setiawan, SE., M.Ak.

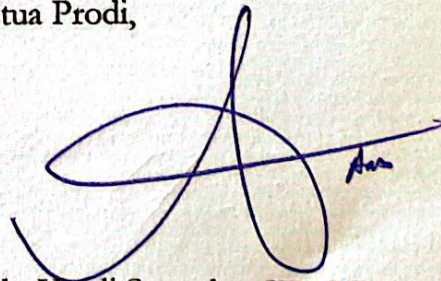
Mengetahui:

Dekan,



Dr. Diah Fulipa, MM
NIK 172.02.0543

Ketua Prodi,



Aldo Hardi Sancoko, SE., MM.
NIK 172.18.0997

KATA PENGANTAR

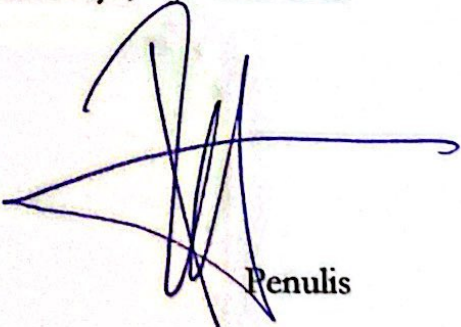
Puji syukur penulis panjatkan ke Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya dapat diselesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan Terhadap *Purchase Intention* Pada Moriku Dengan Motivasi Utilitarian Sebagai Moderator”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Program Studi Kewirausahaan Fakultas Kewirausahaan Univeritas Katolik Widya Mandala Surabaya dan untuk memenuhi tugas akhir.

Terdapat banyak pihak yang membantu dan juga mendukung peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung. Peneliti sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan terima kasih sebesar besarnya kepada:

1. Dr. Diah Tulipa, MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Yan Christianto Setiawan, SE., M.Ak selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Tim Moriku yang selalu memberi semangat untuk segera menyelesaikan skripsi hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan
4. Pihak-pihak lainnya yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Saya berharap semoga Tuhan yang Maha Esa mengkarunia rahmat dan berkat-Nya kepada mereka semua. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi siapapun yang membacanya, Amin.

Surabaya, 9 Januari 2023



Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul.....	ii
Surat Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah.....	iii
Halaman Persetujuan.....	Iv
Halaman Pengesahan.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
<i>Abstract</i>	xii
Abstrak	xiii
Bab 1 Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.5. Manfaat Penelitian.....	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
Bab 2 Tinjauan Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	14
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	18
2.4. Kerangka dan Model Konseptual.....	20
2.5. Pengembangan Hipotesis.....	20
Bab 3 Metode Penelitian.....	21
3.1. Desain Penelitian.....	21
3.2. Obyek Penelitian.....	21
3.3. Populasi dan Sampel.....	21
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	22
3.5. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	22
3.6. Statistik Deskriptif dan Skala Pengukuran Data.....	23
3.7. Teknik Analisis Data.....	24
Bab 4 Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	28

4.1. Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner	28
4.2. Gambaran Umum Responden.....	28
4.3. Hasil Uji Deskriptif Data.....	31
4.4. Hasil Uji Analisis Data.....	34
4.5. Pembahasan.....	43
Bab 5 Kesimpulan dan Saran.....	46
5.1. Kesimpulan.....	46
5.2. Saran.....	46
Daftar Pustaka.....	47
Lampiran 1 Kuesioner.....	53
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	57
Lampiran 3 Hasil Olah Data.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 4.1 Data Responden yang Diolah.....	28
Tabel 4.2 Usia Responden.....	29
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden.....	29
Tabel 4.4 Domisili Responden.....	30
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden.....	30
Tabel 4.6 Pendapatan per Bulan Responden.....	31
Tabel 4.7 Kriteria Interval Skala Likert.....	31
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Variabel Iklan.....	32
Tabel 4.9 Uji Deskriptif Variabel Motivasi Utilitarian.....	33
Tabel 4.10 Uji Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	34
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	35
Tabel 4.12 Tabel Uji Validitas.....	35
Tabel 4.13 Tabel Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.14 Tabel Uji Multikolinearitas.....	37
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi.....	39
Tabel 4.16 Tabel Uji F.....	40
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis.....	40
Tabel 4.18 Tabel Hasil Penerimaan Hipotesis.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Prevalensi Balita Stunting Terbesar di Jatim.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	20
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	53
Lampiran 2 Tabulasi Data	57
Lampiran 3 Hasil Olah Data.....	62

ABSTRACT

Moringa leaves are type of plants that have many health benefits, they are often processed into instant food preparations. Moriku is a company that processes Moringa leaves into instant products, one of it is biscuits. Moriku's biscuits have three flavors variants. Original, peanut, and chocolate. Moriku advertises its products through social media like Instagram, because social media like Instagram can reach a wide market for an affordable cost. With the development of the internet nowadays, many companies advertise their products on social media. Advertising on social media doesn't cost much and can reach many people, and have a wide market, the advertisements that are displayed have to be attractive, informative, and interactive. The reason for this is because advertisements can encourage consumers to buy the products that are being advertise. Beside advertising, motivation is one of the big factors for consumers to make a purchases. Utilitarian motivation is a motivation that sees a product in terms of price, benefits, and time.

This study uses a quantitative method by processing inferential statistical data using SPSS. Advertising has an effect on purchase intention and motivation moderates promotions on re-purchase intention. This study use 3 variables, 9 indicators, and 116 samples. The result of the study indicate that advertising has a significant effect on purchase intention and for the second result, utilitarian motivation moderates the relationship between advertising and purchase intention.

Key Word: advertising, utilitarian motive, purchase intention

ABSTRAK

Kelor adalah tanaman yang memiliki banyak manfaat untuk kesehatan. Daun kelor sering diolah sebagai sayur, obat, dan diolah menjadi olahan makanan instan. Moriku adalah perusahaan yang mengolah daun kelor menjadi produk instan salah satunya adalah biskuit. Biskuit yang dimiliki Moriku memiliki tiga varian rasa yaitu original, kacang, dan coklat. Moriku mengiklankan produknya melalui media sosial seperti Instagram, karena media sosial dapat menjangkau pasar yang luas dengan biaya yang terjangkau. Dengan berkembangnya internet saat ini, banyak perusahaan yang mengiklankan produknya di media sosial. Iklan di media sosial tidak memakan banyak biaya dan jangkauan yang dicapai juga luas. Iklan yang ditampilkan harus menarik, informatif dan interaktif, karena iklan dapat mendorong konsumen untuk membeli produk yang diiklankan. Selain iklan, motivasi adalah salah satu hal yang bisa membuat konsumen melakukan pembelian. Motivasi utilitarian adalah motivasi yang melihat suatu produk dari segi harga, manfaat, dan waktu.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengolah data statistik inferensial yang menggunakan SPSS. Iklan berpengaruh terhadap *purchase intention* dan motivasi memoderasi promosi terhadap *repurchase intention*. Penelitian ini menggunakan 3 variabel, 9 indikator, dan 116 sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Hasil kedua, motivasi utilitarian memoderasi hubungan antara iklan terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci: iklan, motivasi utilitarian, *purchase intention*