

**PENGARUH IKLAN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN
MELALUI CITRA MEREK DAN SIKAP PADA MINUMAN
ISOTONIC MIZONE DI SURABAYA**



**OLEH:
ROMY VICTOR TANONI
3103009167**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013**

**PENGARUH IKLAN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN
MELALUI CITRA MEREK DAN SIKAP PADA MINUMAN
ISOTONIC MIZONE DI SURABAYA**

SKRIPSI
DIAJUKAN KEPADA
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
ROMY VICTOR TANONI
3103009167

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *IKLAN* TERHADAP *NIAT BELI* KONSUMEN MELALUI
CITRA MEREK DAN *SIKAP* PADA MINUMAN ISOTONIC MIZONE DI
SURABAYA**

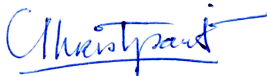
Oleh:

Romy Victor Tanoni

3103009167

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

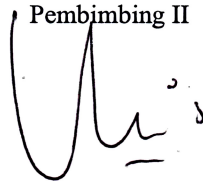
Pembimbing I



Dr. Christina Esti Susanti, MM. CPM(AP)

Tanggal: 10.1.2013

Pembimbing II



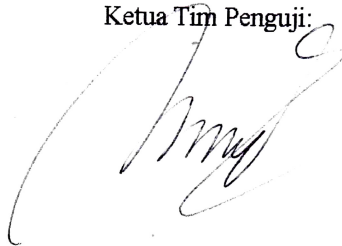
Maria Mia Kristanti, SE., MM

Tanggal: 10/1/2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Romy Victor Tanoni, NRP : 3103009167. Telah diuji tanggal 26 Januari 2013 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, M.S

NIK : 311.83.0099

Mengetahui,

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM

NIK : 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Herlina Yoka Roida M. Com., SE

NIK : 311.99.0362

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Romy Victor Tanoni

Nrp : 3103009167

Judul Tugas Akhir : PENGARUH IKLAN TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN MELALUI CITRA MEREK DAN
SIKAP PADA MINUMAN ISOTONIC MIZONE
DI SURABAYA

Saya menyetujui karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library*) Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Januari 2013

Yang menyatakan,



(Romy Victor Tanoni)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan rahmat yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi. TanpaNya, skripsi ini tidak akan selesai dengan tepat dan membuahkan hasil yang baik yang berjudul "Pengaruh *Iklan Terhadap Niat Beli* Konsumen Melalui *Citra Merek Dan Sikap* Pada Minuman Isotonic Mizone Di Surabaya" tepat pada waktunya. Adapun penyusunan skripsi ini adalah bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan tugas skripsi ini penulis tidak terlepas atas bantuan dari berbagai pihak. Maka, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Herlina Yoka Roida M.Com., SE selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan saran positif yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Maria Mia Kristanti, SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing II atas segala waktu yang telah diberikan kepada penulis selama bimbingan dari awal hingga akhir terselesaikannya penulisan skripsi ini.

5. Semua dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen yang telah membagikan pengalaman, pengetahuan, serta wawasan hingga diperoleh bekal dalam pembuatan skripsi ini.
6. Seluruh keluarga yang selalu memberikan dorongan moral dan materiil serta dukungan doa yang sangat berarti bagi penulis.
7. Seluruh teman-teman, khususnya mahasiswa Konsentrasi Pemasaran yang telah memberikan dukungan serta semangat yang berarti bagi penulis.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan mengingat keterbatasan pengalaman dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu saran dan kritik membangun dari berbagai pihak akan sangat membantu penulis untuk memperbaiki penulisan-penulisan berikutnya.

Akhir kata, penulis berharap agar penulisan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Surabaya, Januari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. <i>Iklan</i>	12
2.2.2. <i>Citra Merek</i>	19
2.2.3. <i>Sikap</i>	26

2.2.4. <i>Niat Beli</i>	31
2.2.5. Pengaruh <i>Iklan</i> terhadap <i>Citra Merek</i>	32
2.2.6. Pengaruh <i>Iklan</i> terhadap <i>Sikap</i>	33
2.2.7. Pengaruh <i>Citra Merek</i> terhadap <i>Sikap</i>	35
2.2.8. Pengaruh <i>Sikap</i> terhadap <i>Niat Beli</i>	36
2.2.9. Pengaruh <i>Iklan</i> terhadap <i>Niat Beli</i> melalui <i>Citra Merek dan Sikap</i>	36
2.3. Model Penelitian.....	37
2.4. Hipotesis.....	38
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	39
3.1. Desain Penelitian.....	39
3.2. Identifikasi Variabel.....	39
3.3. Definisi Operasional.....	39
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	41
3.4.1. Jenis Data.....	41
3.4.2. Sumber Data.....	41
3.5. Pengukuran Variabel	41
3.6. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.6.1. Populasi	42
3.6.2. Sampel	42
3.6.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	43
3.7.1. Uji Validitas	43
3.7.2. Uji Reliabilitas	44
3.8. Teknik Analisis Data	44
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Deskripsi Responden	49

4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	50
4.3. Analisis Data	53
4.3.1. Analisis SEM	53
4.3.1.1. Uji Asumsi SEM	54
4.3.1.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	57
4.3.1.3. Structural Model Fit.....	62
4.3.1.4. Pengujian Kesesuaian Model	64
4.3.1.5. Pengujian Hipotesis	65
4.4. Pembahasan.....	67
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1. Simpulan.....	72
5.2. Saran.....	72
5.2.1. Saran Akademis	72
5.2.2. Saran Praktis.....	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Klasifikasi Responden	49
Tabel 4.2 Tabel Interval Rata-Rata Skor	50
Tabel 4.3 Deskripsi Indikator Variabel <i>Iklan</i> (X_1)	51
Tabel 4.4 Deskripsi Indikator Variabel <i>Citra Merek</i> (Y_1)	51
Tabel 4.5 Deskripsi Indikator Variabel <i>Sikap</i> (Y_2)	52
Tabel 4.6 Deskripsi Indikator Variabel <i>Niat Beli</i> (Y_3)	53
Tabel 4.7 Uji Outlier	55
Tabel 4.8 Uji Normalitas	56
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas dengan Nilai t statistik.....	58
Tabel 4.10 Reliabilitas Konstruk <i>Iklan</i>	60
Tabel 4.11 Reliabilitas Konstruk <i>Citra Merek</i>	60
Tabel 4.12 Reliabilitas Konstruk <i>Sikap</i>	61
Tabel 4.13 Reliabilitas Konstruk <i>Niat Beli</i>	62
Tabel 4.14 Tabel <i>Goodness Of Fit</i>	64
Tabel 4.15 Tabel Uji Hipotesis	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Gambar Model Penelitian	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner
Lampiran 2. Data Kuesioner
Lampiran 3. Uji Normalitas dan Model Hubungan
Lampiran 4. Gambar Model Analisis <i>Structural Equations Model</i>

INFLUENCE OF ADVERTISEMENT TOWARD PURCHASE INTENTION THROUGH BRAND IMAGE AND ATTITUDE OF MIZONE ISOTONIC DRINKS IN SURABAYA

Romy Victor Tanoni

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Advertisement toward Purchase Intention through Brand Image and Attitude of Mizone Isotonic Drinks in Surabaya.

The sampling technique used in this study was purposive sampling, where the sample was selected based on certain criteria that respondents residing in Surabaya, at least 17 years old, had saw the ad, bought and used a Mizone Isotonic drinks. The samples used in this study of 150 respondents. The data analysis techniques in this study used SEM (Structural Equation Modeling) and data processed using the program LISREL to analyze influence advertisement toward purchase intention through brand image and attitude.

The results of this study indicate that there is a positive influence of advertisement to brand image, there is the influence advertisement to attitude, there is the influence brand image to attitude, there is the influence attitude to purchase intention, advertisement there is the influence to purchase intention through brand image and attitude.

Keywords: Advertisement, Brand Image, Attitude, Purchase Intention

PENGARUH IKLAN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN MELALUI CITRA MEREK DAN SIKAP PADA MINUMAN ISOTONIC MIZONE DI SURABAYA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari Iklan terhadap Niat Beli melalui Brand Image dan Sikap Pada minuman Isotonic Mizone di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana pemilihan sampel berdasarkan kategori tertentu yaitu responden bertempat tinggal di Surabaya, berusia minimal 17 tahun dan pernah melihat iklan, membeli dan menggunakan minuman isotonic Mizone. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Modeling*) dan data diolah menggunakan program LISREL untuk menganalisis pengaruh Iklan terhadap Niat Beli melalui Citra Merek dan Sikap.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dari Iklan terhadap Citra Merek, terdapat pengaruh Iklan terhadap Sikap, terdapat pengaruh Citra Merek terhadap Sikap, terdapat pengaruh Sikap terhadap Niat Beli, terdapat pengaruh Iklan terhadap Niat Beli melalui Citra Merek dan Sikap.

Kata kunci: *Iklan, Citra Merek, Sikap, Niat Beli*