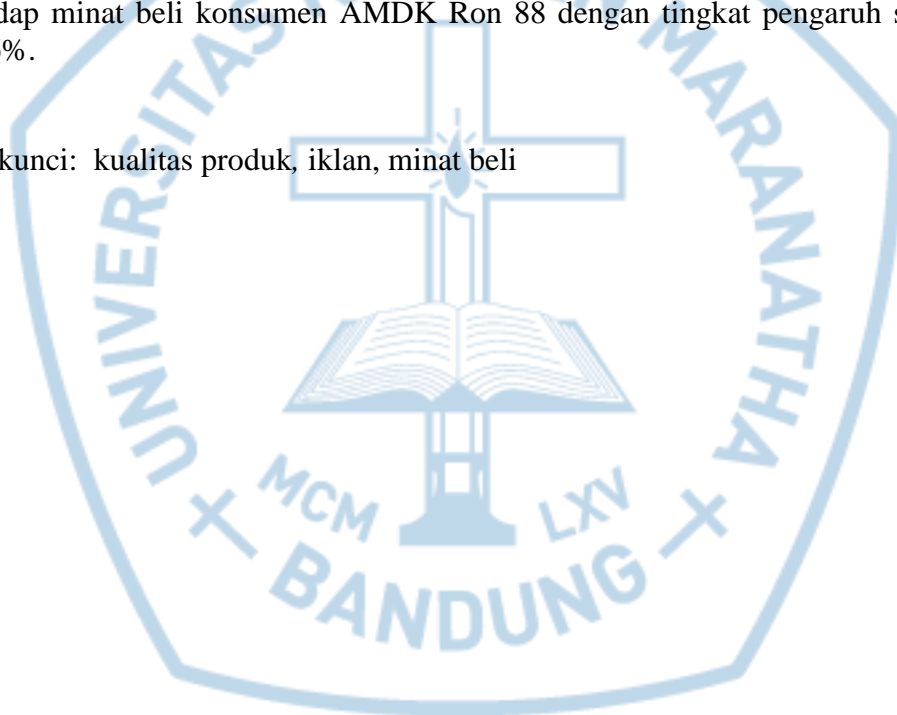


**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN AMDK (AIR MINUM DALAM KEMASAN) RON 88 DI KOTA BANDUNG**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan iklan terhadap minat beli konsumen AMDK (air minum dalam kemasan) Ron 88. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung angkatan tahun 2015 yang pernah mengonsumsi AMDK (air minum dalam kemasan) Ron 88. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan sampel yang ditetapkan adalah sebanyak 90 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen AMDK Ron 88 dengan tingkat pengaruh sebesar 59,44%. Terdapat pengaruh iklan terhadap minat beli konsumen AMDK Ron 88 dengan tingkat pengaruh sebesar 43,16%.

Kata kunci: kualitas produk, iklan, minat beli



***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND ADVERTISING TO  
CONSUMERS PURCHASE INTENTION OF AMDK (BOTTLED WATER)  
RON 88 IN BANDUNG***

***ABSTRACT***

*This study aims to examine and analyze the effect of product quality and advertising on consumers purchase intention of AMDK (bottled water) Ron 88. The sample of this study was students of the Faculty of Economics Management in Maranatha Christian University, Bandung, who had consumed AMDK Ron 88 brand. The sample selection technique uses purposive sampling method and the sample set is 90 respondents. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis using the SPSS program. Based on the study results, it can be concluded that there is an effect of product quality on consumers purchase intention of AMDK (bottled water) Ron 88 with an influence level of 59.44%. There is an effect of advertising on consumer buying interest in AMDK Ron 88 with an influence level of 43.16%.*

*Keywords: product quality, advertising, costumers purchase intention*



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL (Bahasa Indonesia) .....	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris) .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERTANYAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN .....	v
SURAT KETERANGAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Kontribusi Penelitian .....	8
BAB II LANDASAN TEORI .....	9
2.1 Kajian Pustaka .....	9
2.1.1 Manajemen .....	9
2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....	9
2.1.1.2 Fungsi Manajemen .....	10
2.1.2 Pemasaran .....	10
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.1.3 Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.3.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.4 Bauran Pemasaran .....	12
2.1.5 Produk .....	14
2.1.5.1 Pengertian Produk .....	14
2.1.5.2 Tingkatan Produk .....	15
2.1.5.3 Klasifikasi Produk .....	16
2.1.5.4 Kualitas Produk .....	20
2.1.5.5 Diferensiasi Produk .....	21
2.1.5.6 Dimensi Produk Air Minum yang Berkualitas .....	23
2.1.5.7 Perspektif Produk .....	25

2.1.6 Promosi .....	26
2.1.6.1 Pengertian Promosi .....	26
2.1.6.2 Tujuan Promosi .....	27
2.1.6.3 Bauran Promosi .....	28
2.1.7 Iklan .....	30
2.1.7.1 Pengertian Iklan .....	30
2.1.7.2 Tujuan Iklan .....	31
2.1.7.3 Sifat-sifat Iklan .....	33
2.1.7.4 Jenis-jenis Iklan .....	34
2.1.7.5 Menetapkan Tujuan Iklan .....	35
2.1.8 Minat Beli .....	39
2.1.8.1 Pengertian Minat Beli .....	39
2.1.8.2 Aspek-aspek Minat Beli .....	39
2.1.8.3 Faktor-faktor Minat Beli .....	40
2.1.9 Riset Empiris .....	45
2.1.10 Rerangka Teori .....	50
2.2 Rerangka Pemikiran .....	51
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	52
2.3.1 Kualitas Produk dan Minat Beli Konsumen .....	52
2.3.2 Iklan dan Minat Beli Konsumen .....	52
2.3.3 Model Penelitian .....	52
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	54
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	54
3.2.1 Populasi .....	54
3.2.2 Sampel .....	55
3.3 Definisi Operasional Variabel (DOV) .....	56
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.5 Teknik Analisis Data .....	58
3.5.1 Uji Instrumen .....	58
3.5.1.1 Pengujian Validitas .....	58
3.5.1.2 Pengujian Reliabilitas .....	59
3.5.2 Pengujian Asumsi Klasik .....	59
3.5.2.1 Uji Normalitas .....	60
3.5.2.2 Pengujian Multikolinieritas .....	60
3.5.2.3 Pengujian Heteroskedastisitas .....	61
3.5.2.4 Pengujian Autokorelasi .....	61
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	62
3.5.3.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	63
3.5.3.2 Uji Parsial (uji t) .....	63
3.5.3.3 Uji Simultan (Uji Statistik F) .....	64
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	65
4.1.1 Karakteristik Responden .....	65

4.1.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	67
4.1.2.1 Uji Validitas .....	67
4.1.2.2 Uji Reliabilitas .....	69
4.1.3 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk ..	71
4.1.4 Tanggapan Responden Mengenai Iklan .....	72
4.1.5 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli .....	73
4.1.6 Pengujian Asumsi Klasik .....	74
4.1.6.1 Uji Normalitas .....	74
4.1.6.2 Uji Multikolinearitas .....	75
4.1.6.3 Uji Heteroskedastitas .....	76
4.1.6.4 Uji Autokorelasi .....	77
4.1.7 Regresi Linear Berganda .....	78
4.1.8 Uji Koefisien Determinasi .....	79
4.1.9 Hasil Pengujian Hipotesis .....	81
4.1.9.1 Hasil Pengujian Hipotesis Parsial (uji t) .....	81
4.1.9.2 Hasil Pengujian Hipotesis Simultas .....	83
4.2 Pembahasan .....	84
4.3 Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris .....	86
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>87</b>
5.1 Simpulan .....	87
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	88
5.3 Implikasi Penelitian .....	88
5.4 Saran .....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>94</b>

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pangsa Pasar AMDK di Indonesia .....	4
Gambar 1.2 Rerangka Teori .....	50
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran .....	51
Gambar 2.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen AMDK (Air Minum Dalam Kemasan) Ron 88 di Kota Bandung.....	53



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Daftar Beberapa Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan AMDK Di Indonesia ..... 5
Tabel 2.1	Riset Empiris ..... 45
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variable (DOV) ..... 56
Tabel 3.2	Hasil Uji Autokorelasi ..... 62
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 65
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..... 66
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal Saat Ini ..... 66
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/ bulan .. 65
Tabel 4.5	Uji Validitas Variabel $X_1$ (Kualitas Produk) ..... 68
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel $X_2$ (Iklan) ..... 68
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli) ..... 69
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas Variabel $X_1$ (Kualitas Produk) ..... 70
Tabel 4.9	Uji Reliabilitas Variabel $X_2$ (Iklan) ..... 70
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli) ..... 70
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk ( $X_1$ ) .... 71
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Iklan ( $X_2$ ) ..... 72
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli (Y) ..... 73
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas ..... 74
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas ..... 76
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 77
Tabel 4.17	Hasil Uji Autokorelasi ..... 78
Tabel 4.18	Regresi Linier Berganda ..... 78
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi ..... 80
Tabel 4.20	Korelasi Parsial ..... 81
Tabel 4.21	Pengujian Hipotesis Secara Parsial ..... 82
Tabel 4.22	Pengujian Hipotesis Secara Simultan ..... 84
Tabel 4.23	Ringkasan Hipotesis dan Hasil Hipotesis ..... 86

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian .....	94
Lampiran B	Uji Deskriptif .....	97
Lampiran C	Uji Validitas .....	101
Lampiran D	Uji Reliabilitas .....	103
Lampiran E	Uji Normalitas .....	104
Lampiran F	Uji Multikolinearitas .....	105
Lampiran G	Uji Heteroskedastisitas .....	106
Lampiran H	Regresi Berganda .....	107

