

SKRIPSI

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN PADA SABUN MANDI LIFEBOUY
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN
(Studi Kasus pada Masyarakat di Gang Mbah Santri Suci Gresik)**



DIAJUKAN OLEH :

VERA INADIYAH
NIM : 2018020008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
2022**

SKRIPSI

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN PADA SABUN MANDI LIFEBOUY
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN
(Studi Kasus pada Masyarakat di Gang Mbah Santri Suci Gresik)**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Gresik



DIAJUKAN OLEH :

VERA INADIYAH

NIM : 2018020008

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN PADA SABUN MANDI LIFEBUOY
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN
(Studi Kasus pada Masyarakat di Gang Mbah Santri Suci Gresik)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

VERA INADIYAH
NIM : 2018020008

Skripsi telah disetujui untuk diseminarkan
Pada Tanggal, 20 Juni 2022

Dosen Pembimbing I



(Susan Novitasari Khadijah, S.E., MM)
NIDN : 0714118803

Dosen Pembimbing II



(Dini Kusumaningrum, S.Si., M.M)
NIDN : 0727078806

Ketua Program Studi

(Umar Burhan, S.E., MM)
NIDN : 0718058006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN PADA SABUN MANDI LIFEBOUY
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN
(Studi Kasus pada Masyarakat di Gang Mbah Santri Suci Gresik)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

VERA INADIYAH
NIM : 2018020008

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan telah direvisi sebagaimana
disarankan oleh Tim Penguji
Pada Tanggal: 22 Juli 2022

Dosen Pembimbing



(Susan Novitasari Khadijah, S.E., MM)
NIDN: 0714118803

Ketua Penguji



(Mochamad Syafii, S.E., M.M)
NIDN: 0729018305

Anggota Penguji



(Denny Astanto, S.E., M.M)
NIDN: 0720107402

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



(Firdaus Indrajaya Tuharea, S.E., M.Si)
NIDN: 0023057801

SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vera Inadiyah
NIM : 2018020008
Fakultas : Ekonomi
Program : S-1
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul:

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Masyarakat Di Gang Mbah Santri Suci Gresik)

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “**Duplikasi**” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar bacaan.

Apabila ternyata di dalam Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur Plagiasi, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Gresik, 06 Juni 2022



Vera Inadiyah

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN PADA SABUN MANDI LIFEBOUY
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN
(Studi Kasus pada Masyarakat di Gang Mbah Santri Suci Gresik)**

Vera Inadiyah
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada minat beli ulang konsumen berdasarkan daya tarik iklan dan kepercayaan konsumen pada sabun mandi Lifebuoy di Gang Mbah Santri Suci Gresik. Rumusan masalah dalam penelitian ini apakah daya tarik iklan dan kepercayaan konsumen berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli ulang konsumen pada sabun mandi Lifebuoy di Gang Mbah Santri Suci Gresik. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 responden. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner dan observasi. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa variabel daya tarik iklan secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang di Gang Mbah Santri Suci Gresik. Variabel kepercayaan konsumen secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang di Gang Mbah Santri Suci Gresik. Variabel daya tarik iklan dan kepercayaan konsumen secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang di Gang Mbah Santri Suci Gresik.

Kata Kunci: Daya Tarik Iklan, Kepercayaan Konsumen, Minat Beli Ulang

**THE INFLUENCE OF ADVERTISING ATTRACTION
AND CONSUMER TRUST IN LIFEBUOY SOAP
ON CONSUMER BUYING INTEREST
(Case Study on Community in Gang Mbah Santri Suci Gresik)**

Vera Inadiyah
Management Study Program, Faculty of Economics, University of Gresik

ABSTRACT

This research focuses on consumer repurchase intention based on advertising attractiveness and consumer trust in Lifebuoy soap in Gang Mbah Santri Suci Gresik. The formulation of the problem in this study is whether the attractiveness of advertising and consumer trust partially and simultaneously influence consumers repurchase interest in Lifebuoy soap in Gang Mbah Santri Suci Gresik. The sample in this study was 110 respondents. This research method uses a quantitative approach and the sampling method is carried out by non-probability sampling method with purposive sampling technique. The data collection methods used in this study were interviews, questionnaires and observation. The results of this study are known that the advertising attractiveness variable partially has a effect on repurchase interest in Gang Mbah Santri Suci Gresik. The consumer confidence variable partially has a effect on repurchase interest in Gang Mbah Santri Suci Gresik. The variable of advertising attractiveness and consumer trust simultaneously has a effect on repurchase interest in Gang Mbah Santri Suci Gresik.

Keywords: *Advertising Attractiveness, Consumer Confidence, Repurchase Interest*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa memulai hingga mengakhiri proses penyusunan skripsi ini bukanlah sesuatu hal yang sangat mudah. Ada banyak kendala dan cobaan yang dilalui. Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M). Adapun judul skripsi ini adalah “Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kepercayaan Konsumen pada Sabun Mandi Lifebuoy terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Masyarakat di Gang Mbah Santri Suci Gresik).”

Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan dan bimbingan serta saran-saran yang diberikan oleh semua pihak. Melalui kesempatan ini penulis dengan kerendahan hati dan tulus menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu dr. Riski Dwi Prameswari, M.Kes., selaku Rektor Universitas Gresik.
2. Bapak Firdaus Indrajaya Tuharea, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Bapak Umar Burhan, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

4. Bapak Mochamad Syafii, S.E., M.M., selaku Ketua Penguji Universitas Gresik yang telah memberikan dukungan dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Denny Astanto, S.E., M.M., selaku Anggota Penguji Universitas Gresik yang telah memberikan dukungan dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Susan Novitasari Khadijah, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I Universitas Gresik yang telah memberikan dorongan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Ibu Dini Kusumaningrum, S.Si., M.M., selaku Dosen Pembimbing II Universitas Gresik yang telah memberikan dorongan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Gresik yang telah memberi bekal ilmu dari awal sampai akhir kuliah.
9. Habibana Achmad Isma'il bin Abdullah Al Habsyi, sebagai Guru Pendidik dan panutan yang selalu mendoakan dan memotivasi sekaligus menjadi inspirasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Kedua orang tua yang tak pernah berhenti mendoakan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Adik dan seluruh keluarga besar yang selalu menyemangati dan memotivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
12. Teman-teman seperjuangan, kerabat sekaligus teman kerja yang selalu menyemangati dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

13. Diri saya sendiri yang telah meluangkan waktu untuk semua keraguan, malam tanpa tidur, insiden, stres, dan kerja keras dalam proses penyelesaian penyusunan skripsi ini.
14. Semua pihak yang memberi bantuan baik berupa masukan atau dorongan sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan waktu, pengetahuan, pemahaman, serta pengalaman dan lainnya. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai informasi tambahan maupun pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Gresik, 18 Juni 2022

Vera Inadiyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Secara Teoritis.....	7
1.4.2 Secara Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	9
2.1.2 Periklanan.....	10
2.1.3 Tujuan Periklanan.....	12
2.1.4 Jenis Periklanan.....	13
2.1.5 Fungsi Periklanan.....	15
2.1.6 Indikator Daya Tarik Iklan.....	17
2.1.7 Kepercayaan Konsumen.....	17
2.1.8 Tahapan Kepercayaan Konsumen.....	18
2.1.9 Manfaat Kepercayaan Konsumen.....	19
2.1.10 Indikator Kepercayaan Konsumen.....	20
2.1.11 Minat Beli Ulang Konsumen.....	21

2.1.12 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang	22
2.1.13 Indikator Minat Beli Ulang.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1 Hubungan Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.....	29
2.3.2 Hubungan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.....	31
2.4 Kerangka Konseptual	32
2.5 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	34
3.2 Definisi Operasional Variabel	34
3.2.1 Variabel Independen (X).....	35
3.2.2 Variabel Dependen (Y)	36
3.3 Indikator Variabel Penelitian.....	36
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel.....	38
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	39
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.5.1 Data Primer.....	40
3.5.2 Data Sekunder.....	42
3.6 Metode Analisis Data	42
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	43
3.6.2 Interval.....	43
3.6.3 Uji Validitas	44
3.6.4 Uji Reliabilitas	45
3.6.5 Analisis Korelasi	45
3.6.6 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.6.7 Analisa Regresi Linier Berganda	50
3.6.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	50
3.6.9 Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53

4.2 Waktu Penelitian	54
4.3 Hasil Penelitian.....	54
4.3.1 Karakteristik Responden	54
4.3.2 Statistik Deskriptif.....	57
4.3.3 Interval	57
4.3.4 Uji Validitas.....	65
4.3.5 Uji Reliabilitas.....	67
4.3.6 Analisis Korelasi	68
4.3.7 Uji Asumsi Klasik	70
4.3.8 Analisa Regresi Linier Berganda	76
4.3.9 Koefisien Determinasi (R^2).....	78
4.3.10 Uji Hipotesis	78
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	82
4.4.1 Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Ulang	82
4.4.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang	83
4.4.3 Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang	85
BAB V PENUTUP.....	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	87
5.3 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	25
3.1 Indikator Variabel Penelitian.....	36
3.2 Data Warga Pengguna Sabun Lifebuoy di Gang Mbah Santri Suci Gresik Bulan Oktober-November 2021	37
3.3 Skala Pengukuran Likert Daya Tarik Iklan dan Kepercayaan Konsumen	42
3.4 Skala Pengukuran Daya Tarik Iklan dan Kepercayaan Konsumen	44
3.5 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	46
3.6 Uji Autokorelasi	48
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Ulang	56
4.4 Statistik Deskriptif	57
4.5 Dasar Interpretasi Skor Rata-Rata	58
4.6 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Bermakna.....	58
4.7 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Terpercaya	59
4.8 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Berbeda	59
4.9 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kehandalan	60
4.10 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kejujuran	61
4.11 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kepedulian.....	61
4.12 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Kredibilitas	62
4.13 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Minat Transaksional	63
4.14 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Minat Referensial	63
4.15 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Minat Preferensial	64
4.16 Deskripsi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator Minat Eksploratif	65
4.17 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Iklan.....	66
4.18 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen	66
4.19 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang	67
4.20 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
4.21 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	69

4.22 Analisis Korelasi	69
4.23 Hasil Uji Linieritas Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli Ulang.....	72
4.24 Hasil Uji Linieritas Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang	73
4.25 Hasil Uji Autokorelasi	74
4.26 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
4.27 Hasil Uji Multikolonieritas.....	76
4.28 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	77
4.29 Koefisien Determinasi	78
4.30 Hasil Uji t	79
4.31 Hasil Uji F	82

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual.....	32
3.1 Kurva Uji t.....	51
3.2 Kurva Uji F.....	52
4.1 Grafik Normal Probability Plot.....	70
4.2 Grafik Histogram	71
4.3 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t Daya Tarik Iklan.....	80
4.4 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji t Kepercayaan Konsumen	81
4.5 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Permohonan Ijin Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Balasan Permohonan Perijinan Penelitian
- Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 : Data Responden
- Lampiran 5 : Tabulasi Data
- Lampiran 6 : Hasil SPSS
- Lampiran 7 : Tabel Durbin-Watson (DW)
- Lampiran 8 : Tabel r
- Lampiran 9 : Tabel t
- Lampiran 10 : Tabel F
- Lampiran 11 : Transkrip Dokumentasi Foto Penelitian
- Lampiran 12 : Kartu Bimbingan