

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK ES KRIM CORNETTO (WALL'S)**  
*THE INFLUENCE OF ADVERTISING AND BRAND IMAGE TO  
PURCHASE INTENTION OF ICE CREAM CORNETTO  
(WALL'S)*

Oleh

**Christy Oktaviani**

**2014410032**

**SKRIPSI**

Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Konsentrasi Manajemen pada  
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**JAKARTA**

**2018**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Christy Oktaviani

NIM : 2014410032

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK ES KRIM CORNETTO (WALL'S)

Telah diperiksa, dan disetujui untuk dijadikan dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana.

Jakarta, 10 Agustus 2018

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing

(Dian A. Rahim SE, MSi)

(Ellena Nurfazria H.,SE, MM)

## LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Christy Oktaviani

NIM : 2014410032

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Es

Krim Cornetto (Wall's)

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana pada Tanggal 15 Agustus 2018 dengan hasil "A"



Ellena Nurfazria H., SE, MM  
Pembimbing

Drs. Fauzi B, MM

Penguji I

Dr. Firsan Nova

Penguji II

Ellena Nurfazria H., SE, MM

Penguji III

Dr. Tri Mardjoko, SE.,MA  
Dekan Fakultas Ekonomi

Dian A. Rahim SE, MSi  
Ketua Jurusan Manajemen

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Christy Oktaviani

NIM : 2014410032

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK ES KRIM CORNETTO (WALL'S)** yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria H., SE, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 06 Agustus 2018

Yang Membuat Pernyataan,

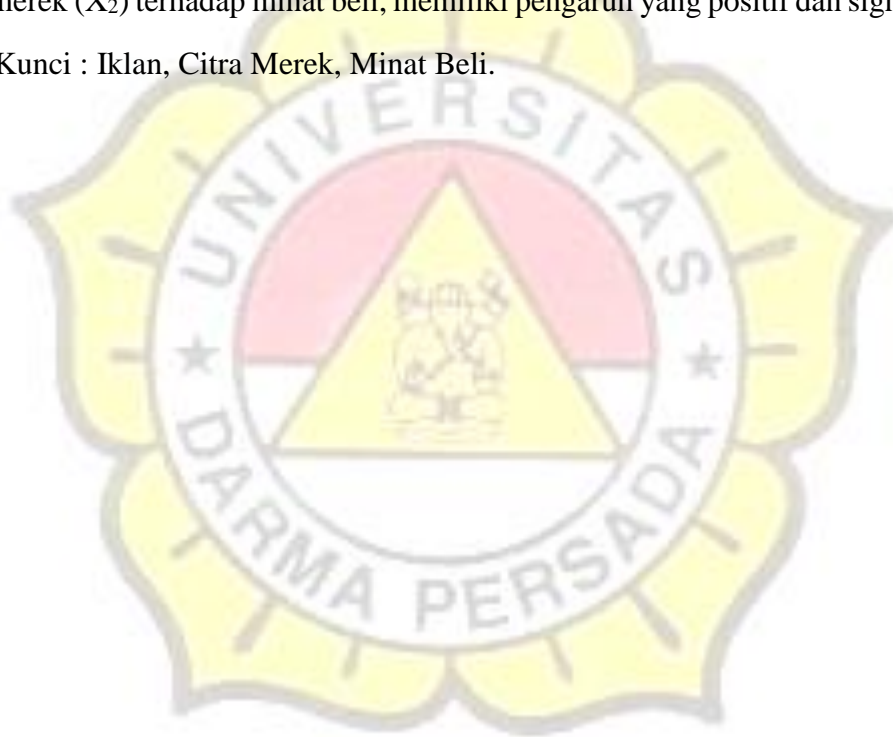
Christy Oktaviani

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan dan citra merek terhadap minat beli produk es krim Cornetto (Wall's). Penelitian ini dilakukan melalui metode pendekatan kuantitatif pada 100 orang remaja RW. 009 Pondok Kopi, Jakarta Timur.

Hasil penelitian ini diperoleh dari data yang telah diolah dengan bantuan SPSS, untuk hasil analisis regresi berganda atau secara simultan menunjukkan pengaruh yang signifikan serta positif antara iklan dan citra merek terhadap minat beli. Sedangkan dalam pengujian parsial atau regresi linier sederhana, iklan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Begitupula dengan citra merek ( $X_2$ ) terhadap minat beli, memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Kata Kunci : Iklan, Citra Merek, Minat Beli.



## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was determined the influence of advertising and brand image to purchase intention of ice cream Cornetto (Wall's). This research was conducted through a quantitative approaches towards 100 teenagers from RW. 009 Pondok Kopi, East Jakarta.*

*The results of this research were obtained based on the data that has been processed with SPSS, for the result of mutiple regression analysis or simultaneously showed positive and significant effects between advertising and brand image on puchase intention. While in partial test or regression linear simple test, advertising has a positive influence and significant on purchase intention. The same goes with brand image on purchase intention showed a positive and significant effect.*

*Keywords : Advertising, Brand Image, Purchase Intention.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Jurusan Manajemen di Universitas Darma Persada, Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Ellena Nurfazriah Handayani, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Bambang, selaku ketua RW 009 Pondok Kopi, Jakarta Timur.
3. Seluruh Staff RW. 009 Pondok Kopi, Jakarta Timur.
4. Seluruh warga Pondok Kopi RW. 009 yang bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
5. Bapak Dr. Tri Mardjoko, SE, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Ibu Dian A. Rahim, SE, MSi., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmunya selama ini.
8. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
9. Orang tua serta keluarga besar yang selalu memberikan doa restu, dukungan baik moral maupun moril, dan selalu memberi semangat untuk lebih baik lagi.
10. Seluruh teman-teman mahasiswa/i manajemen angkatan 2014 yang telah memberi semangat, saling berbagi pengetahuan dan banyak hal lainnya hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa membalas segala bantuan semua pihak yang telah membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini tentu saja belum mencapai kata sempurna, sehingga penulis dengan senang hati akan menerima kritik dan saran yang tentunya akan membuat penulis lebih baik lagi. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.



Jakarta, 5 Agustus 2018

Penulis

Christy Oktaviani



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>COVER</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah .....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	10
1.2.2 Pembatasan Masalah .....	10
1.2.3 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	13

2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	13
A. Pengertian Manajemen.....	13
B. Pengertian Pemasaran.....	13
C. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	14
2.1.3 Bauran Promosi.....	15
2.1.4 Iklan .....	31
Metode 2.1.5 Merek.....	36
2.1.6 Citra Merek .....	38
2.1.7 Minat Beli .....	45
2.2 Penelitian Terdahulu .....	52
2.3 Kerangka Pemikiran.....	54
2.4 Hipotesis Penelitian.....	56
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>57</b>
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan .....	57
3.2 Operasional Variabel.....	58
3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data/Informasi .....	62
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	62
3.3.2 Sumber dan Jenis Data yang Digunakan.....	62
3.3.3 Cara Penentuan Data.....	64
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.4.1 Penelitian Lapangan ( <i>Field Research</i> ).....	66
3.4.2 Studi Kepustakaan ( <i>Library Research</i> ).....	68
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	68

3.5.1 Rancangan Analisis.....	69
3.5.2 Alat Analisis.....	70
3.5.3 Uji Hipotesis .....	71
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	73
<b>BAB IV : GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN MASALAH.....</b>	<b>76</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	76
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	76
4.1.2 Visi dan Misi PT Unilever Indonesia.....	77
4.1.3 Macam-macam Produk Cornetto (Wall's).....	78
4.2 Hasil Penelitian .....	82
4.2.1 Profil Responden.....	82
4.2.2 Tanggapan Responden Tentang Variabel Yang Diteliti .....	87
4.2.3 Uji Keabsahan Data.....	121
4.2.4 Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Es Krim Cornetto (Wall's) .....	126
4.2.5 Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli .....	133
4.2.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	136
4.3 Pembahasan dan Pemecahan Masalah .....	140
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>143</b>
5.1 Kesimpulan .....	143
5.2 Saran.....	144
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>145</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>148</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Konsumsi Es Krim Perkapita/Tahun .....	2
Tabel 1.2 Peringkat <i>Top Brand Index</i> Tahun 2015-2017.....	8
Tabel 1.3 <i>Market Share</i> Es Krim di Indonesia Tahun 2015 – 2017 .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	52
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	58
Tabel 3.2 Skala Likert untuk Iklan, Citra Merek dan Minat Beli .....	67
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	82
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan RT (Rukun Tetangga) .....	83
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Umur .....	85
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	86
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	87
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Informasi Lengkap Mengenai Produk Dalam Iklan.....	88
Tabel 4.7 Tanggapan responden mengenai rasa dan tekstur es krim Cornetto berdasarkan iklan .....	89
Tabel 4.8 Tanggapan responden mengenai iklan Black and White membuat audiens lebih mengenal merek es krim Cornetto (Wall's).....	90
Tabel 4.9 Tanggapan responden mengenai iklan es krim Cornetto (Wall's) varian Black and White menarik.....	91
Tabel 4.10 Tanggapan responden menjadi penasaran pada produk es krim	

Cornetto (Wall's) setelah melihat tayangan iklan varian Black and White .....	92
Tabel 4.11 Tanggapan responden menjadi termotivasi untuk membeli produk es krim Cornetto (Wall's) karena iklan varian Black and White .....	93
Tabel 4.12 Tanggapan responden mengenai penggunaan musik, ilustrasi dan warna dalam iklan Cornetto (Wall's) varian Black and White mampu menarik perhatian.....	94
Tabel 4.13 Tanggapan responden mengenai iklan Cornetto Black and White yang mudah di ingat.....	95
Tabel 4.14 Tanggapan responden selalu terbayang akan iklan Cornetto Black and White setelah melihat di televisi .....	96
Tabel 4.15 Tanggapan responden mengenai iklan Cornetto Black and White menghibur .....	97
Tabel 4.16 Tanggapan responden mengenai musik pengiring dalam iklan Cornetto Black and White menyenangkan.....	98
Tabel 4.17 Tanggapan responden mengenai narasi dalam iklan Cornetto Black and White komunikatif.....	99
Tabel 4.18 Tanggapan responden mengenai es krim Cornetto (Wall's) memiliki banyak varian rasa dibanding pesaing.....	100
Tabel 4.19 Tanggapan responden mengenai kehalalan es krim Cornetto (Wall's) terjamin .....	101

Tabel 4.20	Tanggapan responden mengenai es krim Cornetto (Wall's) berasal dari bahan baku berkualitas .....	102
Tabel 4.21	Tanggapan responden mengenai es krim Cornetto (Wall's) adalah merek es krim cone yang sudah banyak dikenal orang .....	103
Tabel 4.22	Tanggapan responden mengenai merek es krim Cornetto (Wall's) merupakan satu-satunya es krim cone dengan ujung coklat yang lezat .....	104
Tabel 4.23	Tanggapan responden mengenai merek es krim Cornetto (Wall's) merupakan es krim cone dengan variasi rasa yang unik .....	105
Tabel 4.24	Tanggapan responden mengenai harga produk es krim Cornetto (Wall's) lebih terjangkau dibanding pesaing .....	106
Tabel 4.25	Tanggapan responden mengenai desain kemasan es krim Cornetto (Wall's) unik dibanding pesaing .....	107
Tabel 4.26	Tanggapan responden mengenai es krim Cornetto (Wall's) memiliki cone yang lebih renyah dibanding pesaing .....	108
Tabel 4.27	Tanggapan responden mengenai harga es krim Black and White yang terjangkau menjadi salah satu alasan untuk membeli es krim Cornetto .....	109
Tabel 4.28	Tanggapan mengenai iklan Cornetto Black and White yang menarik menjadi salah satu alasan untuk membeli .....	110
Tabel 4.29	Tanggapan responden mengenai telah terbiasa membeli es krim	

Cornetto Black and White dibanding dengan merek pesaing .....	111
Tabel 4.30 Tanggapan responden mengenai merekomendasikan es krim Cornetto (Wall's) kepada teman, keluarga dan kerabat dekat .....	112
Tabel 4.31 Tanggapan responden mengenai es krim Cornetto (Wall's) adalah merek yang disarankan oleh teman, keluarga dan kerabat dekat untuk dibeli.....	113
Tabel 4.32 Tanggapan responden mengenai merekomendasikan es krim Cornetto kepada keluarga dan kerabat dekat karena kualitasnya terjamin .....	114
Tabel 4.33 Tanggapan responden mengenai lebih memilih es krim Cornetto Black and White dibanding merek pesaing karena kemasan yang unik dan menarik.....	115
Tabel 4.34 Tanggapan responden mengenai lebih senang membeli es krim Cornetto (Wall's) Black and White dibanding merek pesaing .....	116
Tabel 4.35 Tanggapan responden mengenai tetap membeli es krim Cornetto (Wall's) dibanding merek pesaing walaupun mengalami kenaikan Harga .....	117
Tabel 4.36 Tanggapan Responden mengenai mencari tahu terlebih dahulu mengenai produk Cornetto Black and White sebelum membeli.....	118
Tabel 4.37 Tanggapan responden mengenai mencari tahu lebih banyak mengenai promosi hadiah yang dilakukan oleh Cornetto (Wall's) sebelum membeli.....	119

Tabel 4.38 Tanggapan responden mengenai selalu mencari tahu promosi terbaru es krim Cornetto Black and White seperti potongan harga dan promosi lainnya.....	120
Tabel 4.39 Hasil Uji Validitas.....	122
Tabel 4.40 Uji Reliabilitas Dari Indikator Variabel Iklan.....	122
Tabel 4.41 Uji Reliabilitas Dari Indikator Variabel Citra Merek .....	124
Tabel 4.42 Uji Reliabilitas Dari Indikator Variabel Minat Beli.....	124
Tabel 4.43 Parameter Kuantitatif Variabel Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	126
Tabel 4.44 Parameter Kuantitatif Korelasi Berganda Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli .....	127
Tabel 4.45 Parameter Kuantitatif Uji F Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	128
Tabel 4.46 Hasil Uji Multikolinieritas Variabel Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	131
Tabel 4.47 Hasil Uji Autokorelasi Variabel Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	133
Tabel 4.48 Parameter Kuantitatif Variabel Iklan Terhadap Minat Beli.....	134
Tabel 4.49 Parameter Kuantitatif Korelasi Sederhana Iklan Terhadap Minat Beli .....	135
Tabel 4.50 Parameter Kuantitatif Uji t Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli ...	136

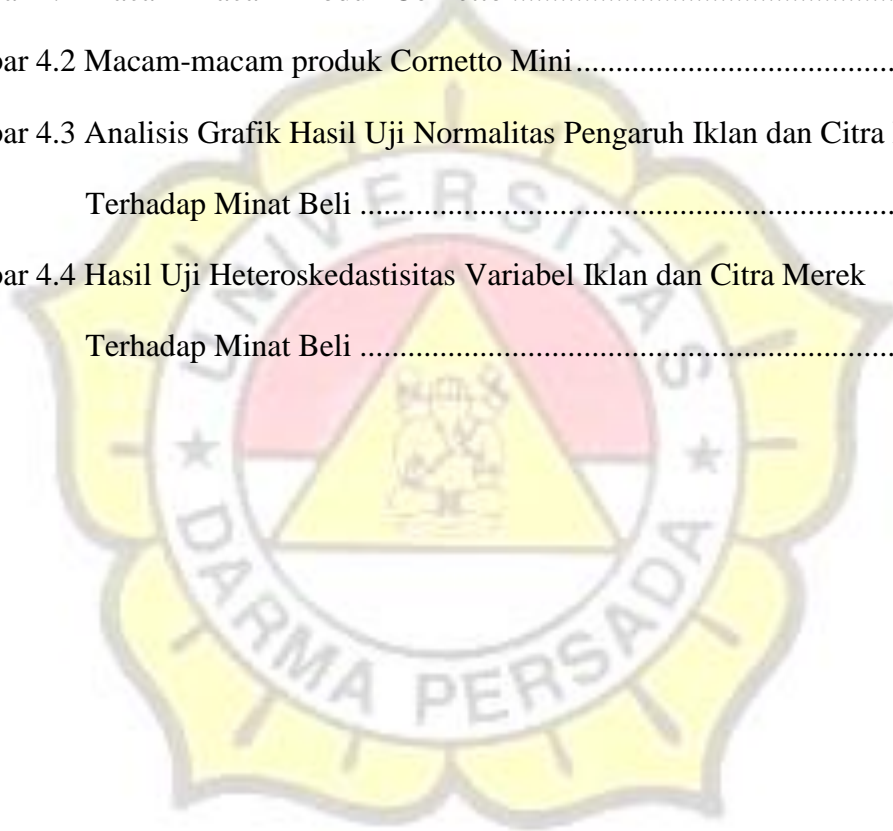


Tabel 4.51 Parameter Kuantitatif Variabel Citra Merek Terhadap	
Minat Beli .....	137
Tabel 4.52 Parameter Kuantitatif Korelasi Sederhana Citra Merek Terhadap	
Minat Beli .....	138
Tabel 4.53 Parameter Kuantitatif Uji t Pengaruh Citra Merek Terhadap	
Minat Beli .....	139
Tabel 4.54 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	140



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Banner Iklan Es Krim Cornetto (Wall's) .....	4
Gambar 1.2 Cuplikan Iklan Cornetto (Wall's).....	5
Gambar 1.3 <i>Banner</i> Iklan Es Krim Cornetto (Wall's).....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	55
Gambar 4.1 Macam-macam Produk Cornetto .....	78
Gambar 4.2 Macam-macam produk Cornetto Mini.....	79
Gambar 4.3 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas Pengaruh Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	129
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	132



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	149
Lampiran 2 Identitas Responden.....	154
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Iklan.....	159
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Citra Merek.....	162
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Minat Beli.....	166
Lampiran 6 Hasil Output Validitas Variabel Penelitian.....	169
Lampiran 7 Hasil Output Reliabilitas Variabel Penelitian.....	174
Lampiran 8 Hasil Output Regresi Berganda dan Sederhana.....	177
Lampiran 9 Data Kependudukan RW 009 Pondok Kopi.....	183
Lampiran 10 Surat Keterangan Riset RW 009, Pondok Kopi.....	184
Lampiran 11 T Tabel.....	185
Lampiran 12 F Tabel.....	187
Lampiran 13 R Tabel.....	188
Lampiran 14 Tabel Durbin Watson.....	189
Lampiran 15 Catatan Kegiatan Konsultasi.....	192
Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup.....	193

