

**PENGARUH IKLAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU *BEAR BRAND***



**Oleh :**

**RATNA SARI LOEBIS**

**NPM : 18.1.02.11404**

**Program Studi : Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA ( STIESIA )  
SURABAYA**

**2022**

**PENGARUH IKLAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SUSU BEAR BRAND**



**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat**

**Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Program Studi : Manajemen**

**Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**Oleh :**

**RATNA SARI LOEBIS**

**NPM : 18.1.02.11404**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**STIESIA SURABAYA**

**2022**

**PENGARUH IKLAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU *BEAR BRAND***

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**RATNA SARI LOEBIS**

NPM: 18.102.11404

Telah dipertahankan di depan  
Tim Penguji pada 26 November 2022

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Prof. Dr. Endiyanto, M.S.

Anggota : 1. Des. Ec. Sugiyono, M.M.

2. Sulistyó Budi Utomo, BBA, M.A., Ec., Ph.D.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing


Ketua Program Studi S1 Manajemen

  
Sulistyó Budi Utomo, BBA., M.A., Ec., Ph.D.

  
Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA



  
Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : **Ratna Sari Loebis**

NPM : **18.1.02.11404**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

### **PENGARUH IKLAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU *BEAR BRAND***

Diajukan untuk diuji pada tanggal 26 November 2022, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran berasal penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah di berikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 26 November 2022

Yang membuat pernyataan



METRAL TERKEL  
9F082A0C30235523  
Ratna Sari Loebis

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Ratna Sari Loebis  
NPM : 18.1.02.11404  
Program Studi : S1 Manajemen  
Tempat / Tanggal Lahir : Surabaya, 31 Juli 2000  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara / anak ke- : 2 Bersaudara / Anak ke 2  
Alamat : Jl. Jenderal Sudirman VIII/32  
Taman Jenggala, Candi, Sidoarjo  
Alamat Domisili : Dukuh Kupang Timur XV/2 Surabaya  
Status : Belum Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Ismini  
Alamat Rumah / Telepon : Jl. Jenderal Sudirman VIII/32 Taman  
Jenggala, Candi, Sidoarjo / 083834188690  
Pekerjaan / Jabatan : Wirausaha

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Sidokare 3 Sidoarjo Tamat 2012
2. Tamat SMP di SMP Hang Tuah 5 Sidoarjo Tamat 2015
3. Tamat SMK di SMK Antartika 2 Sidoarjo Tamat 2018
4. Pendidikan Tinggi

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Jl. Menur Pumpungan No. 30 Surabaya	I – VIII	2018-2022	Mahasiswa

Dibuat Dengan Sebenarnya

Ratna Sari Loebis

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**PENGARUH IKLAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU *BEAR BRAND*”**“.

Tujuan dilakukannya penyusunan skripsi ini ialah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Dalam penulisan skripsi ini tentu banyak sekali pihak yang berperan penting dan penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sangat dalam kepada :

1. Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. Selaku Ketua dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Sulistyio Budi Utomo, BBA., M.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia dengan sabar meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing dan memberikan nasihat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi meskipun penulis masih banyak kekurangan. Terima kasih untuk waktu dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
4. Eka Yuliati, S.E., M.Si. Selaku Dosen Wali yang dengan sabar membimbing dan memberikan banyak pengarahan sejak awal semester hingga saat ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen beserta para staff STIESIA Surabaya yang juga berjasa memberikan bekal ilmu kepada penulis dan juga seluruh mahasiswa selama masa perkuliahan.
6. Ibu dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan moril dan materil serta do'a agar diberikan kelancaran selama saya menimba ilmu sebagai mahasiswa STIESIA Surabaya
7. Om Bin dan Tante Evy yang telah memberikan kesempatan dan dukungan materil untuk dapat melanjutkan pendidikan Strata Satu di STIESIA Surabaya.
8. Elisti Ainatul Aliyah yang berperan penting dalam membantu memberi saran, arahan serta dukungan moril dan materil agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik
9. Sahabat baik penulis Bergi, Rezza, Zaza, Febi, Miyuki, Mila, yang juga dengan senang hati membantu penulis di kala kesulitan saat menyelesaikan skripsi ini
10. Seluruh teman kelas SM-5 angkatan 2018 yang juga berjuang bersama untuk dapat menyelesaikan skripsi ini
11. Dan pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu diharapkan pembaca dapat memberikan kritik dan saran agar penulis bisa berkembang dan bila diperkenankan di lain waktu dapat melakukan penelitian lagi dengan hasil yang lebih baik. Terima kasih.

Surabaya, 30 Agustus 2022



Ratna Sari Loebis

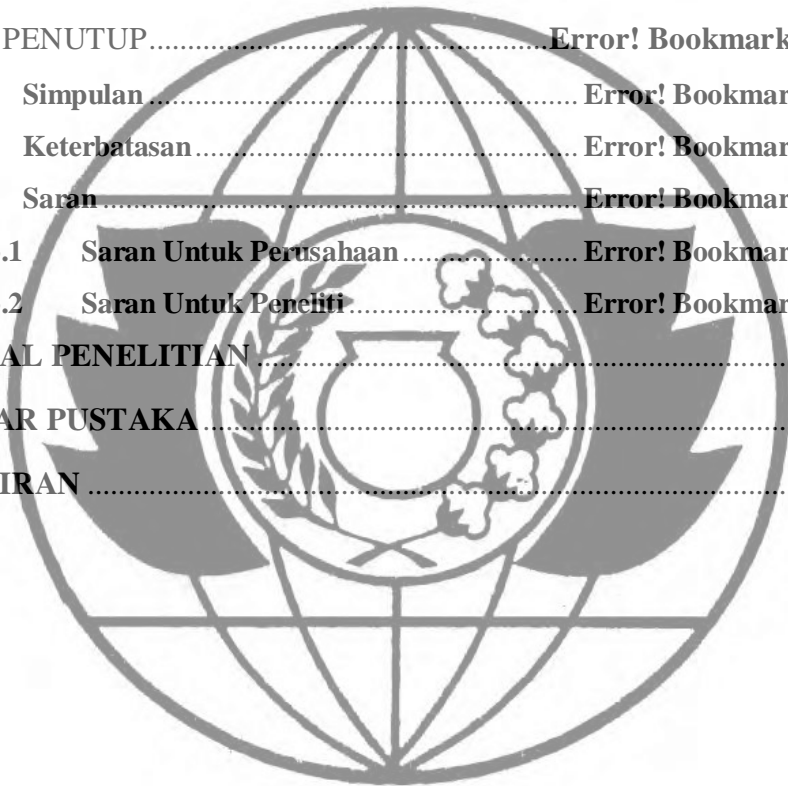


## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI .....	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
BAB 1 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENDAHULUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.1 Kontribusi praktis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.2 Kontribusi teoritis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4.3 Kontribusi kebijakan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.5 Ruang Lingkup Penelitian</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB 2 TINJAUAN TEORITIS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1 Tinjauan Teoritis</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1.1 Bauran Pemasaran</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1.2 Iklan</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

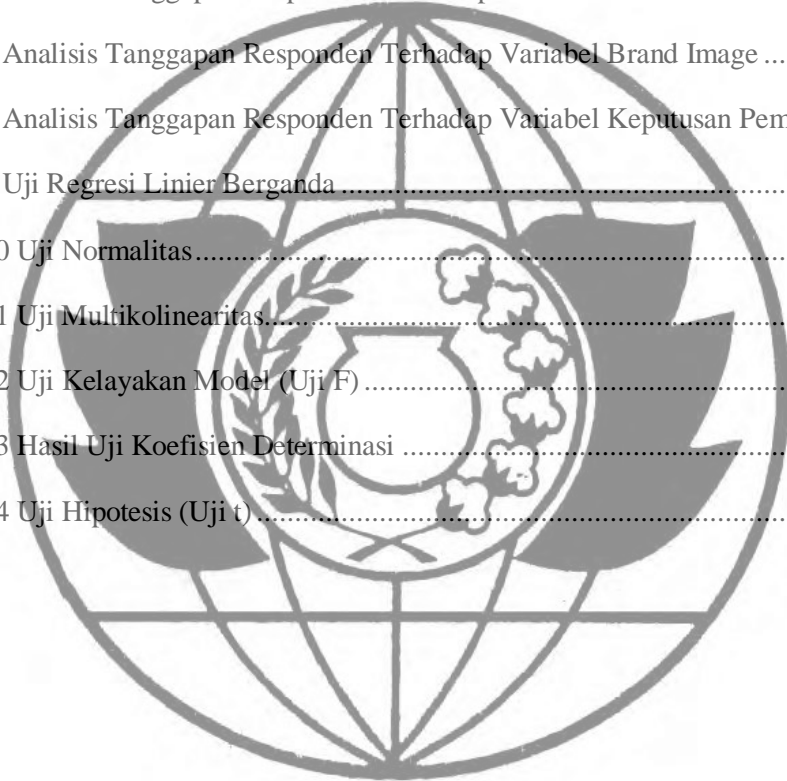
2.1.3	<i>Brand Image</i> .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4	Keputusan Pembelian .....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5	Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.2	Rerangka Konseptual .....	Error! Bookmark not defined.
2.3	Pengembangan Hipotesis .....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1	Pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian .	Error! Bookmark not defined.
2.3.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap keputusan pembelian .....	Error! Bookmark not defined.
BAB 3 METODE PENELITIAN .....		Error! Bookmark not defined.
3.1	Jenis Penelitian dan Gambaran dari populasi penelitian ..	Error! Bookmark not defined.
3.1.1	Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.2	Gambaran dari populasi penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel .	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Klasifikasi variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.3	Teknik Analisis Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.4.4	Teknik Analisis Deskriptif .....	Error! Bookmark not defined.
3.4.5	Uji Instrumen .....	Error! Bookmark not defined.
3.4.6	Analisis Regresi Linier Berganda .....	Error! Bookmark not defined.
3.4.7	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.8	Uji Kelayakan Model .....	Error! Bookmark not defined.
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		Error! Bookmark not defined.
4.1	Hasil Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Gambaran Umum <i>Bear Brand</i> .....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Uji Instrumen .....	Error! Bookmark not defined.
4.1.4	Deskriptif Hasil Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Analisis Data .....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	Error! Bookmark not defined.

4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Uji Kelayakan Model ( Uji F ) .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Uji Hipotesis .....	Error! Bookmark not defined.
4.4	Pembahasan .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 5	PENUTUP .....	Error! Bookmark not defined.
5.1	Simpulan .....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Keterbatasan .....	Error! Bookmark not defined.
5.3	Saran .....	Error! Bookmark not defined.
5.3.1	Saran Untuk Perusahaan .....	Error! Bookmark not defined.
5.3.2	Saran Untuk Peneliti .....	Error! Bookmark not defined.
JADWAL PENELITIAN .....		64
DAFTAR PUSTAKA .....		65
LAMPIRAN .....		70



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Daftar Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 3 Uji Validitas .....	43
Tabel 4 Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 5 Kelas Interval .....	45
Tabel 6 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Iklan .....	46
Tabel 7 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Image .....	47
Tabel 8 Analisis Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 9 Uji Regresi Linier Berganda .....	49
Tabel 10 Uji Normalitas.....	51
Tabel 11 Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 12 Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	55
Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	56
Tabel 14 Uji Hipotesis (Uji t).....	57



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Kasus Mingguan Covid-19 Di Tahun 2020-2021.....	1
Gambar 2 Tabel <i>Top Brand</i> Susu Cair Dalam Kemasan .....	5
Gambar 3 Kandungan Gizi Per Sajian Susu <i>Bear Brand</i> .....	7
Gambar 4 Model Rerangka Konseptual.....	23
Gambar 5 Grafik Pengujian Data Normalitas.....	52
Gambar 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kueisoner Penelitian .....	70
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner .....	73
Lampiran 3 Tabulasi Karakteristik Data .....	75
Lampiran 4 Tabel Frekuensi Data .....	76
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	81
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik dan Regresi Linear Berganda .....	83
Lampiran 7 Uji Kelayakan Model.....	8

