

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH IKLAN ROKOK DAN CITRA MEREK TEHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK**

**PT HM SAMPOERNA Tbk**

**(Studi Pada Warga Desa Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung)**

Disusun Oleh:

**ADRIZAL EKA PUTRA**

**NIM: 1148020008**

**Menyetujui,**

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs.H.Ade Hidayat, M.Ag

NIP. 1959070819483104

Ruhenda, S.Ag,MM

NIK. 198902042016033069

**Mengetahui,**

Dekan FISIP,

Ketua Jurusan Manajemen,

Dr. Sahya Anggara, Drs., M.Si

NIP. 196705151994031006

Dr. Muhammad Zaky, M.Si

NIP. 198101192009011011

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TEHADAPMINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK PT HM SAMPOERNA Tbk (Studi Pada Warga Desa Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung)” ini telah dipertanggungjawabkan pada sidang Munaqasah, tanggal 23 Agustus 2018 dan telah diterima sebagai salah satu sayarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Bandung, 23 Agustus 2018

Ketua Majelis,

Sekretaris Majelis,

Dr. H. Encup Supriatna, M.Si

Drs. Moh. Anif Arifani, M.Ag

NIP. 196304251990031001

NIP. 196810281994031006

Penguji I, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI Penguji II,  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

Dr. Lilis Sulastri Lagut, S.Ag.MM

Herry Sutanto, SE., MM

NIP. 197505202007012025

NIP. 197502042005011005

## ABSTRAK

### **PENGARUH IKLAN ROKOK DAN CITRA MEREK TEHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK PT HM SAMPOERNA Tbk (Studi dilakukan pada warga Desa Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung)**

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan melakukan perkembangan dalam orientasi terhadap cara mereka menangani pesaing, dan mengeluarkan produk. Produk yang ditawarkan harus mendapat perhatian untuk dibeli agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. PT HM Sampoerna Tbk adalah suatu perusahaan rokok terbesar di Indonesia. Pemasalahan yang terjadi di perusahaan tersebut adalah membuat iklan larangan merokok sesuai regulasi dari pemerintah yang mampu mengedukasi masyarakat tentang larangan merokok. Sedangkan dari sisi citra merek perusahaan masih mendapati kekurangan dari reputasi merek yang masih kurang, kurangnya loyalitas pelanggan terhadap merek dan citra merek yang dimiliki oleh perusahaan pada semua kalangan hal tersebut berpengaruh langsung dalam mempengaruhi konsumen untuk menumbuhkan minat beli.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk PT HM Sampoerna Tbk.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif asosiatif. Pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner dan sampel penelitian sebanyak 67 responden yang mengkonsumsi rokok PT HM Sampoerna Tbk. Analisis data penelitian menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara iklan dan citra merek terhadap minat beli konsumen. Dimana iklan memberikan pengaruh sebesar  $0.542 \times 0.882 = 0.478 \times 100\% = 47.8\%$  terhadap minat beli dan citra merek memberikan pengaruh sebesar  $0.378 \times 0.865 = 0.327 \times 100\% = 32.7\%$  terhadap minat beli. Sedangkan Iklan dan Citra Merek memberikan pengaruh simultan sebesar 80.6% terhadap Minat Beli dan sisanya sebesar 19.4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Citra Merek, Iklan, Minat Beli**

## ABSTRACT

### **THE EFFECT OF CIGARETTE ADVERTISEMENT AND BRAND IMAGE ON CONSUMER BUYING INTEREST IN PRODUCT PT HM SAMPOERNA Tbk (Case Study in The Villagers of Desa Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung)**

The dynamic and competitive development of the business world demands the company to develop in the orientation of how to handle competitors and create products. The products offered should get attention to be purchased to match the wants and needs of consumers. PT HM Sampoerna Tbk is one of the largest tobacco companies in Indonesia. The problem with the company is to create a smoking ban advertisement that is in line with government regulations that can educate people about smoking bans. While from the side of the company's brand image is the reputation of the brand is still lacking, the lack of customer loyalty to the brand and brand image owned by the company in all people it has a direct effect in influencing consumers to grow buying interest.

This study aims to know the influence of advertising and brand image of consumer buying interest in the product of PT HM Sampoerna Tbk.

This research method using quantitative approach with type of research using descriptive associative research. Data collection of research using questionnaires and sample research as much as 67 respondents who consume cigarettes PT HM Sampoerna Tbk. Analysis of research data using multiple regression analysis.

The results showed that partially or simultaneously there is significant influence between advertisement and brand image to consumer buying interest. Where the ads give effect of  $0.542 \times 0.882 = 0.478 \times 100\% = 47.8\%$  on buying interest and brand image gives effect of  $0.378 \times 0.865 = 0.327 \times 100\% = 32.7\%$  on buying interest. While Advertisement and Brand Image give simultaneous influence of 80.6% to Buy Interest and the rest of 19.4% influenced by other factors not observed in this research.

**Keywords: Brand Image, Advertisement, Buy Interest**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Salawat beserta salam semoga senangtiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga kepada umat akhir zaman, Amin Yaa Rabbal ‘Alamin.

Penulisan skripsi ini Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Judul yang penulis ajukan adalah “pengaruh iklan rokok dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk PT HM SAMPOERNA Tbk (studi pada warga Desa Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung )

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan seta bantuan dari berbagai pihak baik berupa tenaga, ide-ide, maupun pikiran. Oleh karna itu dalam kesmpatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada;

1. Kedua orang tua yang tiada hentinya mendukung anaknya untuk merai kesuksesan. Baik dukungan secara moril maupun secara materil
2. Yth Bpk Dr.Muhamad Zaky, SE,M.Si. selaku ketu jurusan manajemen yang telah memberikan ide-ide sehinga penyususnan skripsi ini berjalan dengan lancar

3. Yth Bpk Drs .H. Ade Hidayat M.Ag selaku dosen pembimbing akademik sekaligus pembimbing 1 yang telah membimbing penulis, mengarahkan ,memberikan saran serta memberikan kepercayaan yang sangat berakhti bagi penulis hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar
4. Yth Bpk Ruhenda, S.Ag., MM. Selaku dosen pembimbing II yang selalu bijiksan yang memberikan bimbingan, nasehat seta waktunya selama penelitian dan penulisan skripsi ini.
5. Saudara-saudara tercinta yang telah banyak memberikan dorongan semangat, kasih sayang dan bantuan secara moril maupun bantuan secara materildemi lancarnya penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman semua atas kebersamaan dan bantuan yang sangat berakhti bagi penilis

Serta saya ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah membantu penyususn skripsi ini. Semoga segala bantuan yang tidak ternilai harganya ini mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT sebagai amal ibadah, Amin

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masi jauh dari kata kesempurnaan, oleh karna itu penulis mengharapkan sara dan keritikan yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan-perbaikan kedepanya. Amin  
Yaa Rabbal ‘Alamiin

Bandung, 2018

## DAFTAR ISI

LEMBARAN PENGASAHAN .....	i
LEMBARAN PRSETUJUAN .....	ii
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Hasil Penelitian.....	9
F. Kerangka Pemikiran .....	11
G. Hipotesis .....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	24
A. Manajemen.....	24
B. Manajemen Pemasaran .....	25
C. Periklanan.....	28
D. Citra Merek .....	38
E. Minat Beli Konsumen .....	43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	50
A. Metode Penelitian.....	50
B. Populasi dan sampel.....	51
C. Variabel Penelitian .....	53
D. Operasional Vaeiabel .....	54
E. Jenis dan Sumber Data .....	57
F. Skala Pengukuran.....	58
G. Teknik Pengumpulan Data .....	59
H. Teknik Analisi Data .....	61
I. Tempat dan Jakwal Penelitian .....	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	75
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	75
B. Hasail Penelitian .....	78
C. Pembahasan.....	97
BAB V PENUTUP.....	103
A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAK	





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Rokok Terlaris di Desa Cipadung Kecamatan Cibiru Kota Bandung.....	7
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 2.1 Mudel AIDA.....	41
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	48
Tabel 3.2 Pembobotan Kriteria Nilai.....	53
Tabel 3.4 Jadwal penelitian.....	68
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	72
Tabel 4.2 Usia Responden .....	73
Tabel 4.3 Pendidikan Responden .....	74
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas .....	75
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	77
Tabel 4.6 Klasifikasi Kategori Penilaian .....	79
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Iklan (X1) .....	79
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Citra Merek (X2) .....	81
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Minat Beli (Y).....	83
Tabel 4.10 Koefisien Regresi Berganda.....	86
Tabel 4.11 Hasi Uji Keberartian Regresi.....	88
Tabel 4.12 Nilai Koefisien Determinasi.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metode penelitian .....14

