

**PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN DAN INOVASI
KONSUMEN TERHADAP SIKAP KONSUMEN SIKAT GIGI
PEPSODENT**

**(Studi Kasus Mahasiswa/Mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Kelas
Karyawan Universitas Mercu Buana)**

SKRIPSI

Nama : M. Abdurrohim

NIM : 43109010131



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

**PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN DAN INOVASI
KONSUMEN TERHADAP SIKAP KONSUMEN SIKAT GIGI
PEPSODENT**

**(studi kasus Mahasiswa/Mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Kelas
Karyawan Universitas Mercu Buana)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen - Strata 1

Nama : M. Abdurrohim

NIM : 43109010131



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M. Abdurrohim
NIM : 43109010131
Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Agustus 2013



(M. Abdurrohim)

NIM : 43109010131

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : M. Abdurrohim
NIM : 43109010131
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Konsumen dan Inovasi Konsumen Terhadap Sikap Konsumen Sikat gigi Pepsodent (studi kasus Mahasiswa/Mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana)

Tanggal Lulus Ujian : 22 Agustus 2013

Disahkan oleh :
Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
R. Astini
(Dr. Rina Astini, SE., MM)

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen-S1

(Dr. Wiwik Utami, Ak., CA)

(Dr. Rina Astini, SE., MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Pengetahuan Konsumen dan Inovasi Konsumen Terhadap Sikap
Konsunsume Sikat gigi Pepsodent

(studi kasus Mahasiswa/Mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Kelas Karyawan
Universitas Mercu Buana)

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

M. Abdurrohim

43109010131

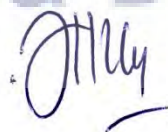
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 22 Agustus 2013

Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



(Dr. Rina Astini, SE., MM)

Anggota Dewan Penguji



(Dra. Aty Herawati. M. Si)

Anggota Dewan Penguji



(Tri wahyono, SE., ME)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Yang Maha Esa atas segala berkat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN dan INOVASI KONSUMEN TERHADAP SIKAP KONSUMEN PASTA GIGI PEPSODENT”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Terwujudnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak berupa bimbingan, petunjuk, dan dukungan serta fasilitas yang memperlancar penyelesaian tugas ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho., MM., Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Wiwik Utami., Ak., CA., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Rina Astini., SE., MM Selaku Kaprodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Rina Astini., SE., MM Selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah bersabar untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyelesaian penelitian ini.
5. Mba Ropiko selaku asisten Ibu Dr. Rina Astini., SE., MM
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah menyampaikan ilmu kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
7. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan kasih sayang dan doa dan memberikan motivasi dalam penyelesaian penelitian ini.
8. Yeni Astuti sebagai kekasih ku yang telah memberi support dan menemani saat mengerjakan Skripsi ini hingga akhirnya terselesaikan.

9. Sahabat-sahabat dan teman seperjuangan angkatan 2009, yang telah memberikan bantuan dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua respondent yang telah mengisi kuisioner dalam penelitian ini dan pihak-pihak lain yang namanya tidak dapat disebutkan, terima kasih atas bantuannya selama ini.

Semoga amal dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Semoga skripsi ini menjadi sebuah karya yang dapat berguna bagi kita semua, walaupun penulis sadar skripsi ini masih terdapat kekurangan yang mungkin bisa ditingkatkan untuk mencapai kesempurnaan ilmu pengetahuan dimasa yang akan datang dengan demikian penulis bersedia menerima kritik dan saran untuk masukkan untuk menyempurnakannya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Agustus 2013

Penulis

M. Abdurrohman

43109010131

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Masalah.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
2.1.1 Manfaat Mempelajari Perilaku Konsumen.....	8
2.2 Pengertian Merek.....	9
2.2.1 Jenis Merek.....	10

2.2.2 Tujuan Merek	11
2.2.3 Manfaat Merek	12
2.3 Ekuitas Merek.....	13
2.4 Kelebihan dan Kekurangan Ekstensi Merek	15
2.5 Pengetahuan Konsumen.....	16
2.5.1 Pengetahuan Tentang Produk.....	17
2.5.2 Pengetahuan Tentang Konsumen	21
2.5.3 Pengetahuan Tentang Penggunaan	21
2.6 Inovasi Konsumen	22
2.6.1 Difusi Inovasi	23
2.6.2 Proses Adopsi.....	25
2.7 Pengertian Sikap.....	27
2.7.1 Brand Attitude (Sikap Merek).....	27
2.7.2 Model Sikap Tiga Komponen	28
2.7.3 Karakteristik Sikap	29
2.7. Fungsi Sikap.....	30
2.8. Penelitian Terdahulu	32
2.9. Kerangka Penelitian.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	34
3.1.1 Lokasi Penelitian	34
3.1.2 Gambaran Umum Perusahaan.....	34
3.2 Desain Penelitian	38

3.3	Hipotesis.....	39
3.4	Variabel Dan Skala Pengukuran.....	40
3.4.1	Variabel.....	40
3.4.2	Skala Pengukuran	40
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.6	Jenis Data	43
3.6.1	Data Primer	43
3.6.2	Data Sekunder	43
3.7	Metode Pengumpulan Data	44
3.8	Populasi Dan Sampel	45
3.9	Metode Anallisis Data.....	46
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1	Karakteristik Respondent.....	48
4.1.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.2	Berdasarkan Usia.....	49
4.1.3	Berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.1.4	Berdasarkan Penghasilan Rata-rata Tahun.....	50
4.2	Uji Validitas	51
4.3	Uji Reabilitas	54
4.4	Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	55
4.4.1	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	56
4.4.1.1	Memeriksa Validitas Variabel Teramati	56
4.4.2	Uji Kecocoran Keseluruhan Model Pengukuran.....	59

4.4.3	Model Struktural.....	61
4.4.4	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	63
4.5	Analisis hasil Penelitian	64
4.5.1	Analisis Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen	64
4.5.2	Analisis Inovasi Konsumen terhadap Sikap Konsumen..	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran	67
a.	Bagi Perusahaan	67
b.	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	67
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Tahun 2010-2012	3
Tabel 1.2	Top Brand Index Tahun 2010-2012	5
Tabel 2.1	Manfaat Merek bagi Pelanggan dan Perusahaan.....	13
Tabel 2.2	Kelebihan dan Kekurangan Strategi Ekstensi Merek	15
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1	Operasional Variabel Pengetahuan Konsumen.....	41
Tabel 3.2	Operasional Variabel Inovasi Konsumen	42
Tabel 3.3	Operasional Variabel Sikap Konsumen	42
Tabel 3.4	Instrument Skala Likert	44
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	48
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan.....	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Rata-rata Pertahun	49
Tabel 4.5	Uji Validitas Instrumen Pengetahuan Konsumen	51
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Inovasi Konsumen	52
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Sikap Konsumen	53
Tabel 4.8	Uji Realibilitas	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran Model	59
Tabel 4.10	Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Model Penelitian	61
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian	33
Gambar 4.1	Model Pengukuran Variabel Pengetahuan Konsumen.....	56
Gambar 4.2	Model Pengukuran Variabel Inovasi Konsumen	57
Gambar 4.3	Model Pengukuran Variabel Sikap Konsumen.....	58
Gambar 4.4	Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian	60
Gambar 4.5	Model Struktural model (T-Value).....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	70
Lampiran 2	Input Data Kuesioner Pengetahuan Konsumen	74
Lampiran 3	Input Data Kuesioner Inovasi Konsumen	76
Lampiran 4	Input Data Kuesioner Sikap Konsumen	80
Lampiran 5	SPSS Output Validitas Pengetahuan Konsumen.....	83
Lampiran 6	SPSS Output Validitas Inovasi Konsumen.....	88
Lampiran 7	SPSS Output Validitas Sikap Konsumen.....	91
Lampiran 8	SPSS Output Realibility Pengetahuan Konsumen	95
Lampiran 9	SPSS Output Realibility Inovasi Konsumen	96
Lampiran 10	SPSS Output Realibility Sikap Konsumen	97
Lampiran 11	Model Pengukuran	98
Lampiran 12	Model Struktural.....	101

UNIVERSITAS
MERCU BUANA