

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP SIKAP
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN**
**(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Oriflame di Wilayah Cengkareng dan
Daan Mogot–Jakarta Barat)**

SKRIPSI



NAMA : MENTARI AFFAREL

NIM : 43112010201

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP SIKAP
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Oriflame di Wilayah Cengkareng dan
Daan Mogot–Jakarta Barat)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



NAMA : MENTARI AFFAREL

NIM : 43112010201

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2016**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mentari Affarel

NIM : 43112010201

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil 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 surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 Februari 2016



Mentari Affarel

NIM : 4311201020

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mentari Affarel
NIM : 43112010201
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Sikap dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Oriflame di Wilayah Cengkareng dan Daan Mogot-Jakarta Barat)
Tanggal Lulus Ujian : 18 Februari 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing

Ketua Penguji

RShuieS UNIVERSITAS MERCU BUANA Dr. Rina Astini, SE., MM Luna Haningsih, SE., ME
Tanggal: 23/2 2016 Tanggal:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., Ms., CA.
Tanggal :

Dr. Rina Astini, SE., MM
Tanggal: 23/2 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Sikap Dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Oriflame di Wilayah Cengkareng dan Daan Mogot–Jakarta Barat)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencerahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Keluarga besar penulis terutama kedua orang tua tercinta (Afrizal dan Warleli) yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral serta material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam penyelesaian skripsi ini. Peran keduanya sungguh sangat berarti bagi peneliti.

2. Kakakku (Hendrix Van dan Randi Ramadhan) yang selalu memberi semangat, doa, dan perhatian serta menginspirasi peneliti selama ini.
3. Bapak Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., M.si., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercubuana.
5. Jajaran program studi Manajemen S1, Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Kaprodi Manajemen S1, Ibu Luna Haningsih, SE., ME dan Ibu Hesti Maheswari, SE., M.Si selaku Sekretaris I Dan Sekretaris II Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
6. Kepada dosen pengaji, Ibu Luna Haningsih, SE., ME dan Ibu Erna S Imaningsih, SE., M.Si terimakasih atas saran serta masukannya sehingga tugas akhir yang penulis buat menjadi layak untuk disajikan.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
8. Keluarga Cemara: Agnes, Ima, Shofi, Rahma, Yeni, Wulan, Elis, Ida, Nickyta, Abdul, dan Arif terimakasih atas doa, semangat, dan kebersamaannya.
9. Teman-teman dan adik-adik LDK Al Faruq dan LDF As Syifa serta temen-teman Bidikmisi 2012 yang telah memberikan doa dan motivasi kepada penulis.

10. Teman-teman satu bimbingan: Marle, Widia, Winda, Agfanindya, Silfiya, Lia, Fitri, Saleh, dan Iskandar yang saling memberikan semangat dan saling membantu dalam menyusun skripsi.
11. Sahabat saya: Weni, Heni, Nenden, dan kak Anggi yang telah memberikan doa dan motivasi pada penulis.
12. Seluruh mahasiswa Manajemen S1 angkatan 2012 yang telah memberikan semangat kepada penulis.
13. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 18 Februari 2016

Mentari Affarel

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Konstribusi Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Konstribusi Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Pemasaran Hijau (<i>Green Marketing</i>).....	9
2. Perilaku Konsumen	10
3. Pengetahuan Produk	12
4. Sikap	20

5. Keputusan Pembelian	22
6. Penelitian Terdahulu.....	27
7. Hubungan Antara Variabel	30
B. Rerangka Konseptual	32

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
1. Waktu Penelitian	33
2. Tempat Penelitian.....	33
B. Desain Penelitian.....	33
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	34
1. Pengertian Variabel	34
2. Definisi Operasional Variabel.....	35
D. Pengukuran Variabel.....	37
E. Populasi dan Sampel	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel	38
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Jenis Data Penelitian	39
H. Metode Analisis Data	40
1. SEM (Structural Equation Modeling)	40
2. Uji Validitas	47
3. Uji Reliabilitas	47
4. Pengujian Hipotesis	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Statistik Deskriptif.....	52
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	54
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	55
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden ...	56
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan Responden ..	57
C. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian.....	58
1. Hasil Uji Validitas Variabel Dan Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	58
D. Uji Kecocokan Model Pengukuran	66
1. Uji Kecocokan Model Keseluruhan	66
2. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T).....	69
3. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	71
E. Analisis Hasil Penelitian.....	73
1. Analisis Pengetahuan Produk Terhadap Sikap	73
2. Analisis Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	74
3. Analisis Sikap Terhadap Keputusan Pembelian	74

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN	76
B. SARAN.....	77

DAFTAR PUSTAKA..... MERCU BUANA **79**

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Observasi	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	37
Tabel 3.3 Goodness Of Fit Index.....	44
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk	60
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Sikap	62
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran	67
Tabel 4.5 Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran (Modifikasi)	69
Tabel 4.6 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural Model Penelitian.....	71
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Oriflame Pertahun	5
Gambar 2.1 : Komponen Sikap Konsumen.....	21
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan.....	23
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	53
Gambar 4.2 Usia Responden	54
Gambar 4.3 Status Pekerjaan Responden.....	55
Gambar 4.4 Pendidikan Terakhir Responden.....	56
Gambar 4.5 Penghasilan Per Bulan Responden	57
Gambar 4.6 Model Pengukuran Variabel Pengetahuan Produk.....	59
Gambar 4.7 Model Pengukuran Variabel Sikap.....	62
Gambar 4.8 Model Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian.....	64
Gambar 4.9 Model Pengukuran Variabel Penelitian	66
Gambar 4.10 Model Pengukuran Variabel Penelitian Setelah Modifikasi	68
Gambar 4.11 Model Struktural (T-Value)	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner.....	83
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner.....	87
Lampiran 3 : Hasil Karakteristik Responden (Excel)	95
Lampiran 4 : Uji Validitas.....	98
Lampiran 5 : Uji reliabilitas	100
Lampiran 6 : Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	101
Lampiran 7: Uji Kecocokan Model Keseluruhan (Modifikasi)	103
Lampiran 8 : Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T).....	105

