

**PENGARUH PENGETAHUAN PRODUK DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK
TEMBAKAU (STUDI MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU
BUANA)**

SKRIPSI



Nama : Dior Linuwi

Nim : 43116010234

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dior Linuwi
NIM : 43116010234
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 (penjiplak).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 10 Desember 2020



Dior Linuwi
Nim: 43116010234

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dior Linuwi
NIM : 43116010234
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Produk dan Iklan Terhadap
Keputusan Pembelian Rokok Tembakau (Studi Mahasiswa Universitas mercu)
Tanggal Lulus Ujian : 20 Januari 2021

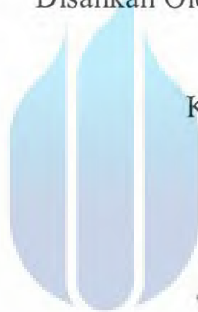
Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Dr. Yuli Harwani., MM



Dr. Zulftri, MP., MM

Tanggal : 26 Januari 2021

Tanggal : 26 Januari 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.

Tanggal :



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal :

ABSTRACT

This research aims to identify product knowledge and advertisement on purchasing decision to tobacco cigarette . The subjects in this study college student at Mercu Buana University. The sample used in this study was 100 respondents. The sampling technique uses accidental sampling. By using a quantitative descriptive approach. Therefore, the data analysis used is statistical analysis in the form of Multiple linear regression. The results of this study indicate Product Knowledge has not a significant positive effect on purchasing decision and advertisement has a significant positive effect on purchasing

Keywords: Product knowledge, advertisement, purchasing decision, tobacco cigarette.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengetahuan produk dan iklan terhadap keputusan pembelian rokok tembakau. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Mercu Buana. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Oleh karena itu analisis data yang digunakan adalah analisis statistik berupa Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan Pengetahuan Produk tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dan iklan berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian

Kata kunci: Pengetahuan produk, iklan, keputusan pembelian, rokok tembakau.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Produk dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Rokok Tembakau (Studi Mahasiswa Universitas Mercu Buana)”.

Peneliti 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. Yuli Harwani., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta’ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr Yuli Harwani., MM. selaku Wakil Rektor Universitas Mercu Buana dan dosen pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan saran-saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Ibu Tine Yuliantini, S.Par., MM dan Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih selaku sekretaris I dan II Program Studi Manajemen S1.
6. Kedua orangtua tercinta Bapak Engkos Koswara dan Ibu Sudarlina motivasi terbesar saya yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
7. Teman seperjuangan dan para senior yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran serta doanya.
8. 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 peneliti.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karenanya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.



Jakarta, 10 Desember 2020

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dior Linuwi

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kontribusi Penelitian	11
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12

2.1 Kajian Pustaka	12
2.1.1 Pengetahuan Produk	12
2.1.2 Iklan	15
2.1.3 Keputusan Pembelian	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Pengembangan Hipotesis	30
2.3.1 Hubungan Antar Variabel.....	30
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	33
3.2 Desain dan Penelitian	33
3.3 Definisi dan Operasional Variabel	34
3.3.1 Definisi Variabel.....	34
3.4 Skala Pengukuran Variabel	36
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.5.1 Populasi Penelitian.....	37
3.5.2 Sampel Penelitian	37
3.5.3 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.5.4 Metode Analisis Data	40
3. 6 Uji Instrumen.....	41

3.6.1 Uji Validitas	41
3.6.2 Uji Reliabilitas	41
3.6.3 Regresi Linear Berganda	42
3.7 Uji Asumsi Klasik	42
3.7.1 Uji Normalitas.....	42
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	43
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	43
3.7.4 Uji Korelasi.....	44
3.8 Pengembangan Hipotesis	45
3.8.1 Uji T.....	45
BAB IV	46
HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2 Analisis Deskriptif.....	47
4.3 Deskripsi Responden.....	47
4.3.1 Data Responden Berdasarkan Usia.....	47
4.3.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.3.3 Data Responden Berdasarkan Fakultas.....	49
4.3.4 Data Responden yang Merokok.....	50
4.3.5 Data Responden Berdasarkan Jenis Perokok.....	51

4.3.6 Rangkuman Hasil Penelitian Deskriptif	52
4.4 Hasil Penelitian Analisis Skala Likert	52
4.5 Deskripsi Variabel	55
4.5.1 Variabel Pengetahuan Produk.....	55
4.5.2 Variabel Iklan	56
4.5.3 Variabel Keputusan Pembelian.....	58
4.6 Uji Instrumen Penelitian.....	60
4.6.1 Uji Validitas	60
4.6.2 Uji Realibilitas	61
4.7 Uji Asumsi Klasik	62
4.7.1 Uji Normalitas.....	62
4.7.2 Uji Multikolinearitas.....	63
4.8 Uji Heteroskedastisitas	64
4.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
4.10 Hasil Uji Hipotesis	67
4.10.1 Uji Parsial (Uji T)	67
4.10.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68
4.11 Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
BAB V	73
KESIMPULAN DAN SARAN	73

5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	77



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase Usia Mulai Merokok	2
Tabel 1. 2 Hasil Pra Survey.....	9
Tabel 2. 1 Dimensi Iklan.....	2020
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	266
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	355
Tabel 3. 2 Operasioanal variabel Iklan	355
Tabel 3. 3 Operasional Pengetahuan Produk	366
Tabel 3. 4 Instrumen Skala Likert.....	366
Tabel 4. 1 Rangkuman Hasil Penelitian.....	522
Tabel 4. 2 Tingkatan Skala Likert.....	533
Tabel 4. 3 Interval Skala Likert.....	544
Tabel 4. 4 Variabel Pengetahuan Produk.....	555
Tabel 4. 5 Variabel Iklan.....	566
Tabel 4. 6 Variabel Keputusan.....	588
Tabel 4. 7 Uji Validitas	60
Tabel 4. 8 Uji Realibilitas	622
Tabel 4. 9 Uji Normalitas.....	622
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas	633
Tabel 4. 11 Regresi Linear Berganda.....	655
Tabel 4. 12 Uji Parsial (Uji T)	677
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi	688

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Perokok Negara Asean	3
Gambar 1. 2 Peringatan Merokok	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	311
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Usia	477
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	488
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Fakultas	499
Gambar 4. 4 Responden yang Merokok	500
Gambar 4. 5 Responden Berdasarkan Jenis Perokok	511
Gambar 4. 6 Uji Heteroskedastisitas	644



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	78
Lampiran 2 Tabulasi.....	83
Lampiran 3 Hasil Output.....	88

