

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, EFEK
KOMUNITAS DAN DAYA TARIK PROMOSI TERHADAP
BRAND ATTITUDE DAN IMPLIKASINYA TERHADAP MINAT
MEREFERENSIKAN PRODUK CHARM**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Nama : Reni
Nim : 43114110217

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2017**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reni
NIM : 43114110217
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Efek Komunitas Dan Daya Tarik Promosi Terhadap *Brand Attitude* Dan Implikasinya Terhadap Minat Mereferensikan (Studi Kasus Pada Konsumen Pembalut Charm Mahasiswii Universitas Mercu Buana)

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 pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Februari 2017



(Reni)

Nim : 43114110217




LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Reni
NIM : 43114110217
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Efek Komunitas Dan Daya Tarik Promosi Terhadap *Brand Attitude* Dan Implikasinya Terhadap Minat Mereferensikan (Studi Kasus Pada Konsumen Pembalut Charm di Kampus Meruya Universitas Mercu Buana)
Tanggal Lulus Ujian : 16 Maret 2017

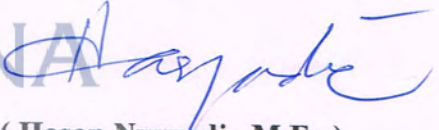
Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji


(Dr. Tafiprios, SE., MM)

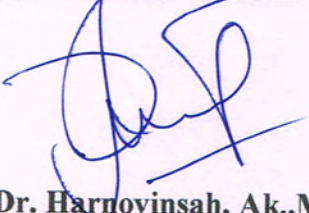
Tanggal : 18 Maret 2017


(Hasan Nurvadi., M.Ec)


Tanggal : 18 Maret 2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1


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

Tanggal : 18 Maret 2017


(Dudi Permana, MM., Ph.D)

Tanggal : 18 Maret 2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Efek Komunitas dan Daya Tarik Promosi Terhadap Brand Attitude dan Implikasinya Terhadap Minat Mereferensikan (Studi kasus pada konsumen pembalut wanita Charm di kampus Meruya Universitas Mercu Buana)**”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen 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 Bapak Dr. Tafiprios SE.,MM.selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, 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 mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Kedua orang tua tercinta dan keluarga besar yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir Arisetyanto Nugroho, MM selaku rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., Msi.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Dudi Permana, MM., Ph. D selaku ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Mochamad Soelton, S.Psi.,MM selaku Sekretaris 1 Program Studi S1 Manajemen.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
7. Teman satu bimbingan dalam mencari referensi Meiliza Amanda dan Husnul Hotimah yang sudah membantu dan mendukung serta memberi semangat dalam penyelesaiannya skripsi ini. Beserta seluruh teman-teman Manajemen SI FEB UMB yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
8. Teman-teman kosan Susan, Erni dan Pendi yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
10. Para responden penelitian yang telah berpartisipasi dalam penelitian dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas semua bantuan yang telah diberikan, penulis hanya mengucapkan terimakasih.

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, Februari 2017

Reni

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II	KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Pengertian Produk.....	13
2. Klasifikasi Produk	14
3. Atribut Produk	16
4. Pengertian Kualitas Produk	19
5. Efek Komunitas	22
6. Daya Tarik Promosi.....	28
7. Brand Attitude	33
8. Minat Mereferensikan.....	38
B. Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Pemikiran.....	42
D. Kerangka Hipotesis	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	44
B. Desain Penelitian.....	44
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	45
1. Pengertian Variabel Penelitian	45
2. Macam - Macam Variabel Penelitian.....	46
3. Definisi Operasional Variabel	47
D. Pengukuran Variabel	49
Populasi dan Sampel Penelitian	49
1. Populasi Penelitian.....	49
2. Sampel Penelitian.....	49
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Metode Analisis Data.....	52
1. Evaluasi Measurement (Outer) Model.....	53
a. Uji Validitas	53
b. Uji Reliabilitas	54
2. Uji Hipotesis (Inner Model)	55
a. Nilai <i>R-square</i>	55
b. Goodness Of Fit Model.....	55
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	55

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	57
B. Analisa Deskriptif.....	57
1. Karakteristik Responden.....	56

2. Deskriptif Jawaban Reponden	57
C. Hasil Uji Kualitas Data	66
1. Evaluasi Measurement (<i>Outer</i>) Model	66
a. Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	66
b. Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	71
c. Pengujian <i>Composite Reliability</i> Dan <i>Cronbach's Alpha</i>	72
2. Hasil Pengujian Model Struktural Atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	74
a. Hasil Pengujian Nilai <i>R-square</i>	76
b. Hasil Pengujian <i>Goodness Of Fit Model</i>	76
c. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien)	78
D. Pembahasan Penelitian	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
1. Saran Untuk Perusahaan Produsen Pembalut Charm	86
2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top Brand Index</i> Pembalut Wanita Tahun 2012-2015	3
Tabel 1.2	Hasil Pra Survei.....	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.2	Instrumen Skala Likert.....	52
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	58
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas Pendidikan.....	59
Tabel 4.4	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kualitas produk.....	60
Tabel 4.5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Efek Komunitas	61
Tabel 4.6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Daya Tarik Promosi.....	62
Tabel 4.7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel <i>Brand Attitude</i> .	63
Tabel 4.8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Minat Merefereasikan.....	64
Tabel 4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	65
Tabel 4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	68
Tabel 4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	70
Tabel 4.12	Hasil Pengujian AVE	72
Tabel 4.13	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	73
Tabel 4.14	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> Menurut Ghozali	73
Tabel 4.15	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> Menurut Guilford	74
Tabel 4.16	Nilai R ² Variabel Endogen	75
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Hipotesis	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik TOP <i>Brand</i> Kategori Pembalut Wanita	5
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	49
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS	67
Gambar 4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	69
Gambar 4.3	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner	84
Lampiran	II	Tabulasi Karakteristik Responden Data Kuesioner	89
Lampiran	III	Hasil Statistik Deskriptif Penelitian (Output PLS Versi 3.0).....	104
Lampiran	IV	Hasil Uji Validitas Data (Output PLS Versi 3.0).....	110
Lampiran	V	Hasil Hipotesis Inner Model Output PLS Versi 3.0.....	118