



**UNIVERSITAS  
PGRI ADI  
BUANA  
SURABAYA**

**SKRIPSI**

**PENGARUH IKLAN DAN *BRAND IMAGE*  
EMINA (KOSMETIK) TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN (Pada Mahasiswi  
Manajemen Angkatan 2017 UNIPA  
Surabaya)**

**Yulianti Fincha Seroja  
171500076**

**Dosen pembimbing 1  
Drs. I Ketut Surabagiarta, S.E., M.M**

**Dosen pembimbing 2  
Drs. Suharyanto, M.M**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2021**

**PENGARUH IKLAN DAN *BRAND IMAGE* EMINA  
(KOSMETIK) TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
(Pada Mahasiwi Manajemen Angkatan 2017 UNIPA Surabaya)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (SM) Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**YULIANTI FINCHA SEROJA  
NIM: 171500076**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2021**

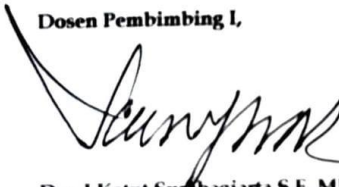
**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing dan layak  
untuk di uji:**

**Hari/ Tanggal : Rabu, 24 Juni 2021**

**Mengetahui,**

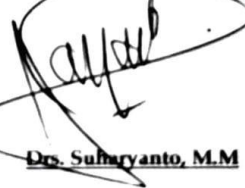
**Dosen Pembimbing I,**



**Drs. I Ketut Suribagiarta, S.E., MM**

**NPP: 1510748/DY**

**Dosen Pembimbing II,**



**Drs. Suharyanto, M.M**

**NPP: 0101403/DY**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Dan *Brand Image* Emina  
(Kosmetik) Terhadap Minat beli Konsumen  
(Pada Mahasiswi Manajemen Angkatan 2017  
UNIPA Surabaya)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen


Nama : Yulianti Fincha Seroja

NIM : 171500076

Alamat Email : [ichaseroja98@gmail.com](mailto:ichaseroja98@gmail.com)

Surabaya, 23 Agustus 2021

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing I

  
Drs. I Ketut Surabagiarta, S.E., M.M  
NPP. 1701834/DY

Dosen Pembimbing II

  
Drs. Suharyanto, M.M  
NPP. 0101403/DY

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

  
I Made Bagus Pwiarta, S.E., M.M.  
NPP. 1109598/DY

Menyetujui,  
Dekan

  
Drs. I Herun Purwanto, M.M  
NPP. 19601222.199003.1001

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh panitia ujian skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Hari : Minggu

Tanggal : 04 Juli

Tahun : 2021

Mengetahui,

Penguji I  


Teguh Purwanto, H., Drs., M.M.  
NPP : 19601222 1990031 001

Penguji II



Widhayani Puri S.S.Sos., S.E., MSM  
NPP : 1507733/DY

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan karunianya sehingga penulis dapat menyusun Skripsi yang berjudul “ Pengaruh Iklan dan *Brand Image* Emina (Kosmetik) terhadap Minat Beli Konsumen (Pada Mahasiswi Manajemen angkatan 2017 UNIPA Surabaya)”, dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Dr. M. Subandowo, M.S. selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Drs. H. Teguh Purwanto, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E.,M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Drs. I Ketut Surabagiarta, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Suharyanto, M.M, selaku dosen pembimbing II, terimakasih atas kesabaran, saran beserta kritiknya dimulai dari awal penyusunan hingga akhir penyelesaian proposal penelitian.
5. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.
6. Pihak Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah membantu dalam penelitian skripsi ini.
7. Terimakasih untuk kedua orang tua saya yaitu Bapak Henderikus Adu (Alm) dan Ibu Maria Fatima Leni yang telah memberikan do’a, motivasi, semangat, dan

dukungan kepada penulis dari awal sampai penulisan Skripsi ini selesai.

8. Terimakasih untuk kakak Herlin, kakak ina, adik yanto, dan adik gusto yang selalu memberi motivasi dan dukungan serta doa demi kelancaran penulisan skripsi ini.
9. Terimakasih untuk kak ririn, dian, novita, ayu yang saling memberikan semangat satu sama lain, motivasi dalam mengerjakan Skripsi ini dan tempat saling bertukar pikiran/pendapat.
10. Terimakasih untuk seluruh teman-teman manajemen G 2017 yang turut memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terimakasih seluruh teman-teman dan adik-adik Asrama Putri Adi Buana yang juga selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, berbagai saran dan kritik yang membangun dari semua pihak, akan diterima sebagai masukan. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Surabaya, 23 Agustus 2021

Penulis,



Yulianti Finch Seroja

## **MOTTO**

“Ketika kamu sedang bermalas-malasan, ingatlah ribuan pesaing sedang berusaha mengalahkanmu”.



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yulianti Fincha Seroja  
NIM : 171500076  
Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Dan  
Bisnis Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya yang berjudul "Pengaruh Iklan dan *Brand Image* Emina (Kosmetik Terhadap Minat Beli Konsumen (Pada Mahasiswi Manajemen UNIPA Surabaya)" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2020-2021 bersifat original.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan persyaratan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dnegan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 24 Juni 2021

Mahasiswa,



METERAI  
TEMPEL  
D47B4AJM13928951

Yulianti Fincha Seroja

NIM : 171500076

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSUTUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
ABSTRAK .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6

### **BAB II TELAAH PUSTAKA**

2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	18
2.2.1 Manajemen Pemasaran .....	18
2.2.2 Perilaku Konsumen .....	19
2.2.3 Iklan .....	19
2.2.3.1 Pengertian Iklan .....	19
2.2.3.2 Indikator Iklan .....	22
2.2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Eektivitas Iklan .....	22
2.2.4 Brand Image .....	24

2.2.4.1	Pengertian Brand Image .....	24
2.2.4.2	Faktor Yang Mempengaruhi Brand Image .....	26
2.2.4.3	Indikator Brand Image .....	27
2.2.5	Minat Beli .....	27
2.2.5.1	Definisi Minat Beli .....	27
2.2.5.2	Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli .....	29
2.2.5.3	Indikator Minat Beli Konsumen .....	29
2.3	Kerangka Konseptual .....	30
2.4	Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Rancangan Penelitian .....	33
3.2	Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.2.1	Populasi .....	35
3.2.2	Sampel .....	35
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	36
3.3	Jenis Dan Sumber Data .....	36
3.3.1	Jenis Data .....	36
3.3.2	Sumber Data .....	37
3.4	Prosedur Dan Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.4.1	Prosedur Pengumpulan Data .....	37
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.4.2.1	Alat Pengumpulan Data .....	38
3.4.2.2	Instrumen Penelitian .....	39
3.4.3	Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	40
3.5	Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel .....	41
3.5.1	Variabel Penelitian .....	41
3.5.2	Definisi Operasional Variabel .....	41
3.5.2.1	Iklan .....	41
3.5.2.2	Brand Image .....	41
3.5.2.3	Minat Beli .....	41
3.6	Teknik Analisis Data .....	42

3.6.1	Pengujian Instrumen Penelitian.....	42
3.6.1.1	Uji Validitas .....	42
3.6.1.2	Uji Reliabilitas .....	43
3.6.2	Uji Asumsi Klasik .....	43
3.6.2.1	Uji Normalitas .....	44
3.6.2.2	Uji Multikolonearitas .....	44
3.6.2.3	Uji Heteroskedastisitas .....	45
3.6.2.4	Uji Autokorelasi .....	45
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
3.6.4	Pengujian Hipotesis .....	46
3.6.4.1	Uji F .....	46
3.6.4.2	Uji T .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1	Hasil Penelitian .....	49
4.1.1	Gambaran Perusahaan .....	49
4.1.2	Deskripsi Hasil Penelitian .....	50
4.1.3	Deskripsi Karakteristik Responden.....	50
4.1.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	50
4.1.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	51
4.1.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....	52
4.1.4	Penilaian Respponden Terhadap Butir Pernyataan .....	52
4.1.4.1	Variabel Iklan .....	52
4.1.4.2	Variabel Brand Image .....	53
4.1.4.3	Variabel Minat Beli .....	54
4.1.5	Analisis Data .....	56
4.1.5.1	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	56
4.1.5.1.1	Uji Validitas .....	56
4.1.5.1.2	Uji Reliabilitas .....	65
4.1.6	Uji Asumsi Klasik .....	67
4.1.6.1	Uji Normalitas .....	67
4.1.6.2	Uji Multikolonearitas .....	68

4.1.6.3 Uji Autokorelasi .....	69
4.1.6.4 Uji Heteroskedastisitas .....	70
4.1.7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	71
4.1.7.1 Koefisien Korelasi Dan Determinasi .....	73
4.1.7.2 Uji T .....	75
4.1.7.3 Uji F .....	75
4.2 Pembahasan .....	76
4.2.1 Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen .....	77
4.2.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen .....	77
4.2.3 Pengaruh Iklan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli .....	77
<b>Bab V Simpulan Dan Saran</b>	
5.1 Simpulan .....	81
5.2 Saran .....	82
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>83</b>
<b>Lampiran</b>	