

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, CITRA
MEREK DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP
MINAT BELI BODY SHOP DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Shely Rosa Sitompul
200910110**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, CITRA
MEREK DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP
MINAT BELI *BODY SHOP* DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Shely Rosa Sitompul
200910110**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Shely Rosa Sitompul
NPM : 200910110
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, CITRA MEREK DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP MINAT BELI *BODY SHOP* DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengatahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 19 Januari 2024



Shely Rosa Sitompul
200910110

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, CITRA
MEREK DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP
MINAT BELI *BODY SHOP* DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Shely Rosa Sitompul
200910110**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 19 Januari 2024



**Asron Saputra, S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, citra merek dan daya tarik iklan terhadap minat beli body shop di kota batam. Metode dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 385 sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian mengenai diferensiasi produk, citra merek dan daya tarik iklan terhadap minat beli Body Shop di Kota Batam, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Diferensiasi produk, citra merek dan daya tarik iklan secara simultan berpengaruh sebesar 52,8% terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan adanya variabel-variabel lain yang juga dapat mempengaruhi minat beli sebesar 47,2%. Oleh karena itu penulis menyarankan pada penelitian selanjutnya agar dapat mengidentifikasi variabel lain diluar penelitian ini seperti online customer review, brand awareness, kepercayaan konsumen, dan lain sebagainya.

Kata Kunci: Diferensiasi Produk, Citra Merek, Daya Tarik Iklan dan Minat Beli.

ABSTRACT

The aim of this research is to determine the influence of product differentiation, brand image and advertising attractiveness on buying interest in body shops in Batam City. The method in this research is a quantitative approach method. The sample used in this research was 385 samples using purposive sampling technique. The research studied can use several processing techniques with the SPSS Version 26 program. Based on the results of research regarding product differentiation, brand image and advertising attractiveness on buying interest in Body Shop in Batam City, the conclusion that can be drawn is that the results of this research show that product differentiation, brand image and advertising attractiveness simultaneously have an effect of 52.8 % of buying interest. This shows that there are other variables that can also influence buying interest by 47.2%. Therefore, the author suggests that in further research, other variables outside this research can be identified, such as online customer reviews, brand awareness, consumer trust, and so on.

Keywords: *Product Differentiation, Brand Image, Advertising Attractiveness and Purchase Intention.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menenyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan arahan, masukan, ilmu, dukungan dan semangat kepada penulis demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu selama penulis kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
6. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa;
7. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
8. Semua pihak yang telah banyak membantu penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat karunia-Nya, Amin.

Batam, 19 Januari 2024



Shely Rosa Sitompul
NPM. 200910110



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	1
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Diferensiasi Produk.....	11
2.1.2 Citra Merek	17
2.1.3 Daya Tarik Iklan	21
2.1.4 Minat Beli.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
2.3.1 Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli	32
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	33
2.3.3 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli	33
2.3.4 Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek, Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli	34
2.4 Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36

3.2 Sifat Penelitian	36
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	36
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	36
3.3.2 Periode Penelitian.....	36
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	38
3.4.2 Teknik <i>Sampling</i>	39
3.5 Sumber Data.....	39
3.6 Metode Pengumpulan Data	41
3.7 Operasional Variabel.....	41
3.8 Metode Analisis Data.....	43
3.8.1 Analisis Deskriptif	43
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	43
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	45
3.8.4 Uji Pengaruh.....	47
3.9 Uji Hipotesis.....	48
3.9.1 Uji t (Secara Parsial)	48
3.9.2 Uji F (Secara Simultan).....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.2 Hasil Penelitian	51
4.2.1 Profil Responden.....	51
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	55
4.2.3 Hasil Uji Kualitas Data	58
4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	60
4.2.5 Hasil Uji Pengaruh	64
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis	66
4.3 Pembahasan.....	68
4.3.1 Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli	68
4.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	69
4.3.3 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli	70
4.3.4 Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek dan Daya Tarik Iklan Secara Simultan Terhadap Kinerja Pegawai	71
4.4 Implikasi Hasil Penelitian	71
4.4.1 Implikasi Teoritis	71
4.4.2 Implikasi Praktis.....	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Simpulan	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian, Berita Acara, LOA dan Turnitin	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Uji Normalitas Kurva Histogram.....	61
Gambar 4.2 Uji Normalitas <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized</i>	61
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas dengan <i>Scatter Plot</i>	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data <i>Body Lotion</i> Merek <i>Body Shop</i> Tahun 2023.....	3
Tabel 1.2 <i>Top Brand Index</i> Fase 1 Tahun 2022 Dan 2023.....	5
Tabel 1.3 Jumlah Transaksi Pembelian <i>Body Shop</i> Outlet Mega Mall Dan Outlet Nagoya Hill Batam Periode Oktober 2021-Maret 2022	6
Tabel 1.4 Hasil Pra Survey 2023	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner	41
Tabel 3.3 Operasional Tabel.....	42
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Deskriptif.....	43
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan	54
Tabel 4.6 Identitas Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	54
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Diferensiasi Produk.....	56
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Citra Merek	56
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Daya Tarik Iklan	57
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Reponden Variabel Minat Beli	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>One –Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas.....	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Linear Berganda.....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.17 Hasil Uji T (Parsial)	67
Tabel 4.18 Hasil Uji F	68

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Lemeshow</i>	38
Rumus 3.2 <i>Pearson Product Moment</i>	44
Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda.....	47