

**PENGARUH REVIEW PRODUK DAN IKLAN
SEBAGAI MEDIA PEMASARAN TERHADAP
MINAT KONSUMEN PADA PRODUK
SCARLETT WHITENING**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Skripsi

Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh :

AI SYA FATMALA

NPM : 1121700014

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

**PENGARUH REVIEW PRODUK DAN IKLAN
SEBAGAI MEDIA PEMASARAN TERHADAP
MINAT KONSUMEN PADA PRODUK
SCARLETT WHITENING**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi
Syarat Skripsi Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Disusun Oleh :

AISYA FATMALA
NPM : 1121700014

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : AISYA FATMALA
NPM : 1121700014
JUDUL : PENGARUH REVIEW PRODUK DAN IKLAN
SEBAGAI MEDIA PEMASARAN TERHADAP MINAT
KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT
WHITENING

Surabaya, 29 Desember 2021

a.n Dekan
Wakil Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing



Drs. Agung Pudjianto, MM



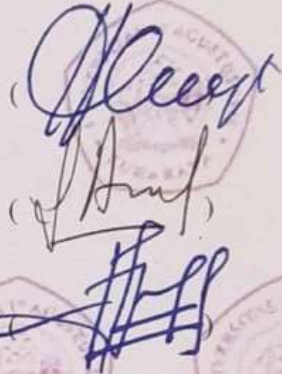
Drs. Ute Chairuz M. Nasutipon, M.S

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang dewan penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dewan Penguji:

1. Drs. Agung Pudjianto, M.M.
Ketua
2. Dr. Sri Andayani, M.M.
Anggota
3. Dr. Ayun Maduwinarti, MP
Anggota



Mengesahkan

a.n Dekan

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Dekan,



Drs. Agung Pudjianto, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aisya Fatmala
NPM : 1121700014
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Pengaruh Review Produk dan Iklan Sebagai Media Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening.

Menyatakan :

Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya Ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu. Jika saya mrnhsmbil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan sungguh-sungguh dan atas kesadaran penuh.





LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AISYA FATMALA
NBI/ NPM : 1121700014
Fakultas : FISIP
Program Studi : ADMINISTRASI BISNIS
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

PENGARUH REVIEW PRODUK DAN IKLAN SEBAGAI MEDIA PEMASARAN TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA PRODUK SCARLETT WHITENING

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Surabaya
Pada tanggal : 29 Desember 2021

Yang Menyatakan,



(AISYA FATMALA)

*Coret yang tidak perlu

MOTTO

“HIDUPMU akan BERUBAH
Ketika KEBIASAANMU BERUBAH”
Jack Ma

“Cari duit itu gak gampang, tapi susah”
Aisya

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Alm. Ayah saya yang sudah mendukung hingga saya bisa sampai di titik ini, saya ucapkan terimakasih kepada orang tua saya yang sudah memberi dukungan dalam segala hal. Terimakasih kepada sepupu tercinta saya Devi Marlita P, S.AB yang senantiasa juga memberi masukan dan dukungan selama perkuliahan dan tak lupa juga terimakasih kepada almamater tercinta Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sudah memberi ilmu yang belum saya dapatkan di bangku sekolah.

ABSTRAK

Teknologi modern saat ini membuat masyarakat mendapatkan informasi lebih cepat, setiap harinya selalu muncul informasi terbaru maupun produk baru khususnya melalui media sosial. Seperti informasi fashion terbaru, kebutuhan rumah tangga, dan macam-macam perawatan tubuh. Perawatan tubuh salah satu kebutuhan masyarakat yang saat ini di gemari dan di cari seperti produk Scarlett Whitening. Melalui media sosial memudahkan masyarakat mendapatkan informasi produk yang di cari beserta iklan produk yang dapat mendorong minat beli. Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara review produk dan iklan terhadap minat konsumen pada produk scarlett whitening. Penelitian ini ditujukan kepada responden yang telah melihat atau menonton review dan iklan produk scarlett whitening dengan metode non probability sampling jenis purposive sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dimana teknik analisisnya menggunakan analisis korelasi dengan bantuan software SPSS. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa review produk dan iklan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat konsumen.

Kata kunci : review produk, iklan, minat konsumen

Abstract

Modern technology today makes people get information faster, every day always comes the latest information and new products, especially through social media. Such as the latest fashion information, household needs, and various body care. Body care is one of the needs of the community that is currently loved and sought after like Scarlett Whitening products. Through social media makes it easier for people to get product information that is searched along with product ads that can encourage buying interest. Therefore, this study was conducted to find out if there is an influence between product reviews and advertising on consumer interest in scarlett whitening products. This study is aimed at respondents who have seen or watched reviews and advertisements of scarlett whitening products with non-probability sampling methods of purposive sampling type. The research method used is a quantitative method where the analysis technique uses correlation analysis with the SPSS software assistance. From the results of this study it is known that product reviews and advertisements have a significant influence on consumer interests.

Keywords: product reviews, advertisement, consumer interests

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Review produk dan Iklan Sebagai Media Pemasaran Terhadap Minat Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, dukungan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua saya yang selalu mendoakan saya, dan Abang saya yang memberi masukan dalam segala hal.
2. Ibu Ni Made Ida Pratiwi, MM selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Drs. Ute Chairus M. Nasution, M.S. selaku dosen pembimbing satu saya dan Bapak Drs. Agung Pudjianto, M.M. selaku pembimbing dua saya yang sudah sabar dan membimbing saya hingga dapat menyelesaikan skripsi.
4. Orang special yang selalu adan dan menemani saya saat pengerjaan skripsi.
5. Sahabat-sahabat kuliah saya Elly Dwi Safitri, Nur Rohmatul Izza, Septi Nur Imani, Reza Amalia S, Rizal Huriansyah yang telah memberi dukungan dan Lidya Alfianti S yang telah memberi banyak bantuan dan masukan selama pengerjaan skripsi.
6. Sahabat-sahabat saya Ainnur Iqbal A, Akbar Nugroho, Giselly Fiqih H, Nanda Ayu S, salma Mutia H, Setiawan Adi P yang bersama-sama berjuang menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman prodi Administrasi Bisnis 2017
8. Sahabat saya Rindi Oktavia yang selalu memberi dukungan serta menemani selama pengerjaan skripsi.
9. teman saya Anggita yang telah membantu kelancaran ujian sidang saya.
10. Seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner dan seluruh pihak yang telah terlibat.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Surabaya, 29 Desember 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Aisya Fatmala', written in a cursive style with a long horizontal line extending to the right.

Aisya Fatmala

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	Error! Bookmark not defined.	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....		ii
TANDA PERSETUAN KRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.	iii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....		v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....		vii
MOTTO.....		vii
PERSEMBAHAN.....		viii
ABSTRAK.....		ix
KATA PENGANTAR		xi
DAFTAR ISI.....		xii
BAB I PENDAHULUAN		1
1.1 Latar Belakang		1
1.2 Perumusan Masalah.....		4
1.3 Tujuan penelitian.....		4
1.4 Manfaat Penelitian.....		4
BAB II KAJIAN PUSTAKA		5
2.1 Penelitian Terdahulu		5
2.2 Landasan Teori.....		8
2.2.1 Bauran Pemasaran.....		8
2.2.2 Bauran Promosi		11
2.2.3 Review Produk.....		17
2.2.4 Iklan		18
2.2.5 Perilaku Konsumen.....		21
2.2.6 Minat Konsumen.....		24
2.3 Pola Hubungan		26
2.4 Kerangka Dasar Pemikiran.....		27
2.5 Hipotesis.....		27

2.6 Definisi Konsep Dan Definisi Operasional	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Rancangan Penelitian	31
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian	31
3.3 Populasi Dan Sampel	31
3.4 Instrumen Penelitian.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Teknis Analisis Data	33
BAB IV PENYAJIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Penyajian Data	35
4.2 Analisis Data	52
4.3 Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.1 Skala Likert	37
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin.....	41
Tabel 4.2 Responden berdasarkan usia.....	41
Tabel 4.3 Responden berdasarkan profesi.....	42
Tabel 4.4 Responden berdasarkan pendapatan tiap bulan.....	42
Tabel 4.5 Hasil pengujian validitas	43
Tabel 4.6 Hasil uji reliabilitas.....	44
Tabel 4.7 Hasil tabulasi variable review produk (X1).....	44
Tabel 4.8 Hasil tabulasi variable iklan (X2).....	48
Tabel 4.9 Hasil tabulasi variable minat konsumen (Y)	51
Tabel 4.10 Hasil nilai mean jawaban responden variable review produk (X1).....	55
Tabel 4.11 Hasil nilai mean jawaban responden variable iklan (X2).....	56
Tabel 4.12 Hasil nilai mean jawaban responden variable iklan (Y).....	57
Tabel 4.13 Hasil uji multikolonieritas	59
Tabel 4.14 Hasil analisis regresi linier berganda.....	61
Tabel 4.15 Hasil uji korelasi (R) dan uji koefisien determinasi (R ²).....	62
Tabel 4.16 Pediman interpretasi koefisien korelasi	63
Tabel 4.17 Hasil uji t (parsial)	63
Tabel 4.18 Hasil uji F (simultan).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka dasar pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Hasil uji normalitas model histogram	58
Gambar 4.2 Hasil uji normalitas.....	59
Gambar 4.3 Hasil uji heteroskedastisitas	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner penelitian	65
Lampiran 2 Tabulasi karakteristik responden	69
Lampiran 3 Uji validitas dan reliabilitas	89
Lampiran 4 Hasil uji asumsi klasik	93
Lampiran 5 Hasil analisis linier berganda	96
Lampiran 6 Kartu bimbingan	99
Lampiran 7 kartu perintah revisi skripsi.....	101
Lampiran 8 Hasil turnitin (Uji plagiasi)	105