



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

**ANALISIS PENGARUH VARIASI PRODUK DAN
ADVERTISING TERHADAP MINAT KONSUMEN
PADA *PIZZA HUT DELIVERY* (PHD) OUTLET
KELAPA HIBRIDA RAYA, JAKARTA UTARA**

SKRIPSI

NURROHMAH

1414.1111.644

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan
semua sumber baik yang dikutip maupun
dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Jakarta, 28 Juli 2017



NURROHMAH

1414.1111.644

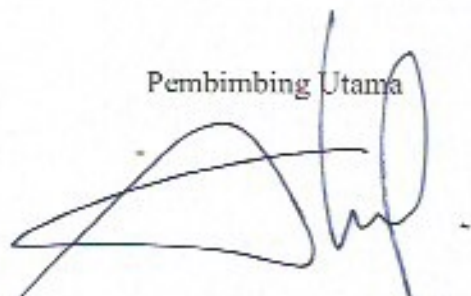
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : NURROHMAH
NIM : 1414.1111.644
Jenjang : Strata Satu
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan *Advertising*
Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Pizza Hut Delivery*
(PHD) Outlet Kelapa Hibrida Raya, Jakarta Utara.

Jakarta, 28 Juli 2017

Pembimbing Utama



(Arifin Nugroho, SE., MM)

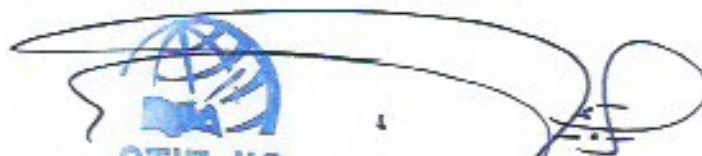
Pembimbing Pendamping



(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

Mengetahui,

Puket I Bidang Akademik STIE JIC

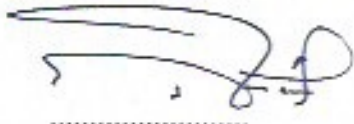
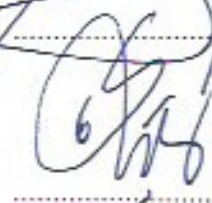


(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian skripsi diselenggarakan : 4 Agustus 2017

TIM PENGUJI

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	<u>Dr. H. Arjuna Wiwaha, MM</u>	
Anggota	1. <u>Dr. H. Arjuna Wiwaha, MM</u>	
	2. <u>Arifin Nugroho, SE, MA</u>	
	3. <u>Dr. Evi Susanti, SE, MM</u>	

KATA PENGANTAR

“*Alhamdulillahirabbil’alamin*”. Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Variasi Produk Dan Advertising Terhadap Minat Konsumen Pada *Pizza Hut Delivery* (PHD) Outlet Kelapa Hibrida Raya, Jakarta Utara”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) program studi Manajemen Pemasaran pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materiil secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang saya hormati :

1. Bapak Ir. Agus Susanto, MM., Ketua STIE JIC.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM., selaku Puket I dan sebagai Pembimbing Pendamping skripsi ini.
3. Bapak Arifin Nugroho, SE., MM., selaku Kajor Manajemen dan sekaligus sebagai Pembimbing Utama skripsi ini.
4. Teristimewa saya berterimakasih kepada kedua orang tua tercinta, Ibu Hadijah dan Bapak Bunawar dan kakak-kakak saya yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanan lahir dan batin.
5. Bapak/ibu dosen, serta seluruh staff STIE JIC yang sangat membantu selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Darwis selaku Manager Outlet *Pizza Hut Delivery* (PHD) Outlet Kelapa Hibrida Raya, Jakarta Utara dan seluruh karyawan *Pizza Hut Delivery* (PHD) Outlet Kelapa Hibrida Raya, Jakarta Utara atas bantuan dan kerjasamanya yang telah memberikan informasi-informasi dan data yang dibutuhkan bagi penulis.
7. Terkasih dan tersayang Acep Muhamad Furkon, SE., Sahabat tercinta “UP” yang terdiri dari Luthfiah, SE., Sofi Ananda Ulfa, Siti Rohmah, Iknesya Rahma Finanda, dan Norrika Theresia Sitio, untuk seluruh teman-teman STIE JIC angkatan 2017 khususnya teman satu bimbingan yaitu Hafiz dan Ferina yang telah membantu, meluangkan waktu dan pikirannya, serta untuk teman-teman Marketing lainnya yang terdiri dari Nesya, Dika, Obi, Fera, Rini, Febrian, Amel, Aldy, dan Raden yang telah memberikan support.
8. Sahabat SMK tercinta saya yang terdiri dari Priska Osalini dan Rachmawati, serta saudara-saudara saya yang terdiri dari Firda, Jiyah, Anis, Fika, Nita, Sarah, dan Ida’ yang saya cintai yang juga membantu dan berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Demi perbaikan selanjutnya, saran dan kritik yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhirnya, hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya, semoga dapat bermanfaat khususnya bagi penulis, dan bagi kita semua.

Jakarta, 28 Juli 2017

Nurrohmah

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademika STIE Jakarta International College, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurrohmah
NIM : 1414.1111.644
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta International College **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** atas skripsi saya yang berjudul :

“Analisis Pengaruh Variasi Produk dan *Advertising* Terhadap Minat Konsumen Pada *Pizza Hut Delivery* (PHD) Outlet Kelapa Hibrida Raya, Jakarta Utara”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini STIE Jakarta International College berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 28 Juli 2017



Nurrohmah

1414.1111.644

ABSTRACT

Nurrohmah, 1414.1111.644, *Analysis of The Influence of Product Variant and Advertising To Consumer Interest At Pizza Hut Delivery (PHD) Kelapa Hibrida Raya Outlet, Jakarta Utara*, 148 pages, 51 tables, 9 pictures, Jakarta, 2017.

This research discussed about the influence of product variant and advertising to consumer interest at PHD Kelapa Hibrida Raya Outlet, Jakarta Utara. The purpose of this research is find out how much the influence of product variant to consumer interest, and the influence of advertising to consumer interest in partial. Also to find out how much the influence of product variant and advertising to consumer interest in simultaneous.

PHD Kelapa Hibrida Raya Outlet, April 2017. The research method used is library research and field research. The quantitative analysis used is simple linear regression in partial, and double linear regression in simultaneous. Result of product variant to consumer interest in partial: $\hat{Y} = 16,055 + 0,435X$. And result of advertising to consumer interest in partial: $\hat{Y} = 14,248 + 0,513X$. Result of product variant and advertising to consumer interest in simultaneous: $\hat{Y} = 11,312 + 0,156 X_1 + 0,453 X_2$. The coefficient of consumer interest determination is 14,4% influenced by product variant, 32,2% influenced by advertising. The coefficient of consumer interest is 33,7% influenced by product variant and advertising simultaneously. Result of correlation coefficient among product variant to consumer interest partially is low. Result of correlation coefficient among advertising to consumer interest partially is medium. And Result of double correlation coefficient among product variant and advertising to consumer interest partially is medium. The conclusion of analysis is all significant, both of them.

References : 24 books (2010-2017), 20 journals, 8 websites. Research Advisor : Arifin Nugroho, Arjuna Wiwaha.

Keywords : Product Variant, Advertising, Consumer Interest

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	9
C. Perumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	10
E. Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II : KAJIAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori	12
1. <i>Marketing Mix</i>	12
2. Produk	14
3. Variasi Produk.....	16
4. <i>Promotion</i>	21

5. <i>Advertising</i>	23
6. Perilaku Konsumen	31
7. Minat Konsumen	33
B. Penelitian Terdahulu	40
C. Kerangka Berpikir	47
D. Hipotesis (*)	48

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	49
B. Metode yang Digunakan	49
C. Definisi Operasional Variabel	50
D. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data (*)	51
1. Populasi	51
2. Sampel	52
3. Teknik Menentukan Ukuran Sampel	53
4. Teknik Pengumpulan Data (*)	54
E. Instrumen Penelitian	55
1. Uji Kualitas Instrumen	56
F. Teknik Analisis Data	60

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan	70
B. Struktur Organisasi	77
C. Kegiatan Usaha	79
D. Gambaran Keberhasilan dan Kendala Usaha	80

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian	82
B. Pengolahan Data	108
C. Pengujian Hipotesis (*)	112
D. Pembahasan Hasil Penelitian	133

BAB VI : KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	140
B. Keterbatasan.....	144
C. Saran.....	144
DAFTAR PUSTAKA	145
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

	Hal
TABEL 3.1. : Penentuan Jumlah Sampel	53
TABEL 3.2. : Uji Validitas Variasi Produk (X1)	57
TABEL 3.3. : Uji Validitas <i>Advertising</i> (X2)	57
TABEL 3.4. : Uji Validitas Minat Konsumen (Y).....	58
TABEL 3.5. : Uji Reliabilitas Variasi Produk (X1).....	59
TABEL 3.6. : Uji Reliabilitas <i>Advertising</i> (X2)	59
TABEL 3.7. : Uji Reliabilitas Minat Konsumen (Y).....	59
TABEL 3.8. : Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	65
TABEL 5.1. : Tanggapan Pernyataan No. 1 Indikator Variasi Produk (X1)	83
TABEL 5.2. : Tanggapan Pernyataan No. 2 Indikator Variasi Produk (X1)	84
TABEL 5.3. : Tanggapan Pernyataan No. 3 Indikator Variasi Produk (X1)	85
TABEL 5.4. : Tanggapan Pernyataan No. 4 Indikator Variasi Produk (X1)	86
TABEL 5.5. : Tanggapan Pernyataan No. 5 Indikator Variasi Produk (X1)	87
TABEL 5.6. : Tanggapan Pernyataan No. 6 Indikator Variasi Produk (X1)	88

TABEL 5.7. : Tanggapan Pernyataan No. 7 Indikator Variasi Produk (X1)	89
TABEL 5.8. : Tanggapan Pernyataan No. 8 Indikator Variasi Produk (X1)	90
TABEL 5.9. : Tanggapan Pernyataan No. 1 Indikator <i>Advertising</i> (X2).....	91
TABEL 5.10. : Tanggapan Pernyataan No. 2 Indikator <i>Advertising</i> (X2)	92
TABEL 5.11. : Tanggapan Pernyataan No. 3 Indikator <i>Advertising</i> (X2)	93
TABEL 5.12. : Tanggapan Pernyataan No. 4 Indikator <i>Advertising</i> (X2)	94
TABEL 5.13. : Tanggapan Pernyataan No. 5 Indikator <i>Advertising</i> (X2)	95
TABEL 5.14. : Tanggapan Pernyataan No. 6 Indikator <i>Advertising</i> (X2)	96
TABEL 5.15. : Tanggapan Pernyataan No. 7 Indikator <i>Advertising</i> (X2)	97
TABEL 5.16. : Tanggapan Pernyataan No. 8 Indikator <i>Advertising</i> (X2)	98
TABEL 5.17. : Tanggapan Pernyataan No. 1 Indikator Minat Konsumen (Y).....	100
TABEL 5.18. : Tanggapan Pernyataan No. 2 Indikator Minat Konsumen (Y).....	101
TABEL 5.19. : Tanggapan Pernyataan No. 3 Indikator Minat Konsumen (Y).....	102

TABEL 5.20. : Tanggapan Pernyataan No. 4 Indikator Minat Konsumen (Y).....	103
TABEL 5.21. : Tanggapan Pernyataan No. 5 Indikator Minat Konsumen (Y).....	104
TABEL 5.22. : Tanggapan Pernyataan No. 6 Indikator Minat Konsumen (Y).....	105
TABEL 5.23. : Tanggapan Pernyataan No. 7 Indikator Minat Konsumen (Y).....	106
TABEL 5.24. : Tanggapan Pernyataan No. 8 Indikator Minat Konsumen (Y).....	107
TABEL 5.25. : Jenis Kelamin Responden	108
TABEL 5.26. : Status Responden	109
TABEL 5.27. : Umur Responden.....	110
TABEL 5.28. : Pendidikan Terakhir Responden	111
TABEL 5.29. : Pekerjaan Responden	112
TABEL 5.30. : Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	115
TABEL 5.31. : Uji Multikolonieritas Berdasarkan Nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF)	116
TABEL 5.32. : Uji Regresi Linear Sederhana Variasi Produk (X1) Terhadap Minat Konsumen (Y)	118
TABEL 5.33. : Uji Regresi Linear <i>Advertising</i> (X2) Terhadap Minat Konsumen (Y).....	120
TABEL 5.34. : Uji Regresi Linear Berganda.....	123

TABEL 5.35. : Uji Koefisien Korelasi (R) Variasi Produk (X1) Terhadap Minat Konsumen (Y)	124
TABEL 5.36. : Uji Koefisien Korelasi (R) <i>Advertising</i> (X2) Terhadap Minat Konsumen (Y)	124
TABEL 5.37. : Uji Koefisien Korelasi Berganda	125
TABEL 5.38. : Uji Koefisien Determinasi Variasi Produk (X1) Terhadap Minat Konsumen (Y)	126
TABEL 5.39. : Uji Koefisien Determinasi <i>Advertising</i> (X2) Terhadap Minat Konsumen (Y)	127
TABEL 5.40. : Uji Koefisien Determinasi Variasi Produk (X1) dan <i>Advertising</i> (X2) Terhadap Minat Konsumen (Y) Secara Simultan	128
TABEL 5.41. : Uji Statistik T Variasi Produk (X1) Terhadap Minat Konsumen (Y).....	129
TABEL 5.42. : Uji Statistik T <i>Advertising</i> (X2) Terhadap Minat Konsumen (Y).....	131
TABEL 5.43. : Uji Statistik F	132

DAFTAR GAMBAR

	Hal
GAMBAR 4.1. : Logo Perusahaan	77
GAMBAR 4.2. : Struktur Organisasi Perusahaan.....	77
GAMBAR 5.1. : Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram.....	113
GAMBAR 5.2. : Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-Plot.....	114
GAMBAR 5.3. : Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	117
GAMBAR 5.4. : Grafik Regresi Linear Sederhana Variasi Produk (X1) Terhadap Minat Konsumen (Y).....	120
GAMBAR 5.5. : Grafik Regresi Linear Sederhana <i>Advertising</i> (X1) Terhadap Minat Konsumen (Y)	122
GAMBAR 5.6. : Grafik Uji Statistik T Variasi Produk (X1) Terhadap Minat Konsumen (Y)	130
GAMBAR 5.7. : Grafik Uji Statistik T <i>Advertising</i> (X2) Terhadap Minat Konsumen (Y)	131

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Tabulasi Data
LAMPIRAN 2 : Kuesioner
LAMPIRAN 3 : Tabel R.....
LAMPIRAN 4 : Tabel T
LAMPIRAN 5 : Tabel F
LAMPIRAN 6 : Surat Riset Perusahaan.....