

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN PENGESAHAN..... | i |
| PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI | ii |
| MOTTO | iii |
| PERSEMBAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 10 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 10 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 10 |
| 1.5 Tinjauan Pustaka | 11 |
| 1.5.1 Tinjauan Teoritis | 11 |
| 1.5.2 Pendekatan Respon Kognitif..... | 16 |
| 1.5.3 Advertising Response Modeling (ARM) | 21 |
| 1.5.4 Merek | 23 |
| 1.5.5 Sikap..... | 25 |
| 1.5.6 Minat Beli | 29 |
| 1.5.7 Tinjauan Empiris | 31 |
| 1.6 Hubungan Antar Variabel Penelitian | 38 |
| 1.6.1 Pengaruh Persepsi Produk terhadap Sikap terhadap Merek..... | 38 |
| 1.6.2 Pengaruh Persepsi Model Iklan terhadap Sikap terhadap Merek | 39 |
| 1.6.3 Pengaruh Persepsi Produk terhadap Minat Beli..... | 39 |
| 1.6.4 Pengaruh Persepsi Model Iklan terhadap Minat beli | 40 |
| 1.6.5 Pengaruh Sikap terhadap Merek terhadap Minat Beli | 41 |
| 1.7 Kerangka Pemikiran | 41 |

| | |
|---|-----------|
| 1.8 Hipotesis | 42 |
| 1.9 Definisi Konsep dan Operasional..... | 44 |
| 1.9.1 Definisi Konsep | 44 |
| 1.9.2 Definisi Operasional | 45 |
| 1.10 Metodologi Penelitian | 49 |
| 1.10.1 Tipe Penelitian | 49 |
| 1.10.2 Ruang Lingkup..... | 50 |
| 1.10.3 Lokasi Penelitian..... | 50 |
| 1.10.4 Sumber Data..... | 50 |
| 1.10.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 50 |
| 1.10.6 Populasi dan Sampel | 51 |
| 1.10.7 Teknik Sampling | 51 |
| 1.10.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas | 52 |
| 1.10.9 Uji Asumsi Klasik..... | 54 |
| 1.10.10 Teknik Analisis Data..... | 55 |
| BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN | 62 |
| 2.1 Sejarah Perusahaan | 62 |
| 2.2 Visi dan Misi PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk | 65 |
| 2.2.1 Visi PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk..... | 65 |
| 2.2.2 Misi PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk..... | 66 |
| 2.2.3 Nilai Perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk | 66 |
| 2.3 Profil Perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk | 66 |
| 2.3.1 Profil Perusahaan | 66 |
| 2.3.2 Logo PT Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk | 67 |
| 2.3.3 Produk yang Dihasilkan | 68 |
| 2.4 Struktur Organisasi..... | 70 |
| 2.5 Fungsi Bagian Pada Perusahaan | 71 |
| BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 75 |
| 3.1 Karakteristik Responden | 75 |
| 3.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian | 78 |
| 3.2.1 Uji Validitas | 78 |

| | |
|--|------------|
| 3.2.2 Uji Reliabilitas | 80 |
| 3.3 Uji Asumsi Klasik | 81 |
| 3.3.1 Uji Normalitas..... | 81 |
| 3.3.2 Uji Multikolinearitas | 82 |
| 3.3.3 Uji Heteroskedastisitas..... | 83 |
| 3.3.4 Uji Linearitas | 84 |
| 3.4 Teknik Analisis Data | 85 |
| 3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif | 85 |
| 3.4.2 Analisis Statistik Inferensial | 125 |
| 3.5 Pembahasan | 137 |
| BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN | 147 |
| 4.1 Kesimpulan..... | 147 |
| 4.2 Saran | 148 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|-----|
| Tabel 1.1 | Top Brand Indeks Produk Mi Instan Tahun 2013-2017 | 3 |
| Tabel 1.2 | Penelitian Terdahulu | 35 |
| Tabel 1.3 | Operasionalisasi Variabel, Indikator dan Item | 47 |
| Tabel 1.4 | Skala Likert | 51 |
| Tabel 3.1 | Jumlah dan Persentase Usia Responden | 75 |
| Tabel 3.2 | Jumlah dan Persentase Jenis Kelamin Responden..... | 76 |
| Tabel 3.3 | Jumlah dan Persentase Pendidikan Terakhir Responden..... | 77 |
| Tabel 3.4 | Jumlah dan Persentase Pengeluaran Perbulan Responden..... | 78 |
| Tabel 3.5 | Hasil Uji Validitas..... | 79 |
| Tabel 3.6 | Hasil Uji Reliabilitas | 80 |
| Tabel 3.7 | Hasil Uji Normalitas | 81 |
| Tabel 3.8 | Hasil Uji Multikolinieritas | 82 |
| Tabel 3.9 | Hasil Uji Linearitas | 85 |
| Tabel 3.10 | Skala Pengukuran Nilai Rata-Rata Item Variabel..... | 86 |
| Tabel 3.11 | Mi instan Indomie menjadi pengganti makanan primer | 87 |
| Tabel 3.12 | Mi instan Indomie menjadi alternatif pengganti perut | 88 |
| Tabel 3.13 | Mi instan Indomie praktis untuk dinikmati..... | 89 |
| Tabel 3.14 | Mi instan Indomie dipercaya memiliki kehandalan yang tinggi..... | 90 |
| Tabel 3.15 | Mi instan Indomie dipercaya memiliki keistimewaan dengan varian rasa dari makanan khas daerah..... | 91 |
| Tabel 3.16 | Mi instan Indomie dipercaya memiliki kesesuaian kualitas yang baik sesuai dengan standar | 92 |
| Tabel 3.17 | Kemasan mi instan Indomie menarik..... | 93 |
| Tabel 3.18 | Mi instan Indomie memiliki banyak varian rasa yang menarik..... | 94 |
| Tabel 3.19 | Mi instan Indomie memiliki harga yang terjangkau | 95 |
| Tabel 3.20 | Rekapitulasi Rata-rata Item Variabel Persepsi Produk..... | 96 |
| Tabel 3.21 | Penampilan model dalam iklan mi instan Indomie menarik..... | 98 |
| Tabel 3.22 | Iklan mi instan Indomie menarik karena model iklan membawakannya dengan meyakinkan..... | 99 |
| Tabel 3.23 | Dalam menyampaikan pesan iklan mi instan Indomie, model iklan dapat diandalkan..... | 100 |
| Tabel 3.24 | Model iklan mi instan Indomie jujur dalam menyampaikan pesan iklan..... | 101 |
| Tabel 3.25 | Pesan iklan yang disampaikan model iklan mi instan Indomie dapat dipercaya | 102 |
| Tabel 3.26 | Model iklan mi instan Indomie profesional sebagai model iklan .. | 103 |
| Tabel 3.27 | Model iklan mi instan Indomie layak menjadi model..... | 104 |
| Tabel 3.28 | Model iklan mampu menyampaikan pesan iklan dengan baik | 105 |

| | | |
|------------|---|-----|
| Tabel 3.29 | Rekapitulasi Rata-rata Item Variabel Persepsi Model Iklan..... | 106 |
| Tabel 3.30 | Apabila saya diminta untuk menyebutkan sebuah merek mie instan, Indomie adalah merek yang pertama kali muncul di benak saya ... | 108 |
| Tabel 3.31 | Saya mudah mengingat mi instan Indomie karena terdapat di setiap warung/toko..... | 109 |
| Tabel 3.32 | Saya menyukai merek mi instan Indomie | 110 |
| Tabel 3.33 | Mi instan Indomie memiliki rasa yang lebih enak dibandingkan dengan merek yang lain..... | 111 |
| Tabel 3.34 | Saya sudah biasa mengkonsumsi mi instan Indomie | 112 |
| Tabel 3.35 | Saya tetap memilih mie instan dengan merek Indomie meskipun terdapat merek lain yang sama baiknya | 113 |
| Tabel 3.36 | Mi instan Indomie sesuai dengan selera saya | 114 |
| Tabel 3.37 | Rekapitulasi Rata-rata Item Variabel Persepsi Sikap Terhadap Merek | 115 |
| Tabel 3.38 | Saya telah memiliki minat untuk membeli mi instan Indomie | 117 |
| Tabel 3.39 | Saya mengkonsumsi mi instan Indomie kurang lebih 1 bulan 1 kali..... | 117 |
| Tabel 3.40 | Saya akan merekomendasikan mi instan Indomie kepada orang lain..... | 118 |
| Tabel 3.41 | Bila ada rasa baru yang muncul enak, maka saya akan mereferensikan pada teman-teman | 119 |
| Tabel 3.42 | Saya sudah lama mengkonsumsi mi instan Indomie | 120 |
| Tabel 3.43 | Mi instan instan indomie memiliki rasa yang enak..... | 121 |
| Tabel 3.44 | Mi instan Indomie mudah didapatkan..... | 122 |
| Tabel 3.45 | Khususnya, mi instan Indomie goreng lezat dan nikmat | 123 |
| Tabel 3.46 | Mi instan Indomie goreng kualitasnya terjaga dan rasa rempah-rempahnya terasa | 124 |
| Tabel 3.47 | Mi instan Indomie goreng dan ayam bawang menjadi pilihan favorit saya | 125 |
| Tabel 3.48 | Rekapitulasi Rata-rata Item Variabel Minat Beli..... | 126 |
| Tabel 3.49 | Hasil <i>Outer Loading</i> | 129 |
| Tabel 3.50 | Nilai AVE dan \sqrt{AVE} | 130 |
| Tabel 3.51 | <i>Cross Loadings</i> | 131 |
| Tabel 3.52 | <i>Composite Reliability</i> | 133 |
| Tabel 3.53 | Koefisien Determinasi | 134 |
| Tabel 3.54 | Hasil Pengujian Hipotesis | 136 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 1.1 <i>Advertising Response Modelling (ARM)</i> | 22 |
| Gambar 1.2 Tiga Komponen Sikap..... | 27 |
| Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran | 42 |
| Gambar 1.4 Model Hipotesis | 44 |
| Gambar 2.1 Logo Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk..... | 67 |
| Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Indofood CBP Sukses Makmur, Tbk | 71 |
| Gambar 3.1 Diagram Jalur di Sertai Nilai Loading Faktor | 128 |
| Gambar 3.2 Model PLS Bootstrapping..... | 135 |

DAFTAR GRAFIK

| | |
|--|----|
| Grafik 3.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas | 84 |
|--|----|