

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR STRATEGI *ONLINE*
MARKETING DAN PENGARUHNYA TERHADAP *PURCHASE*
INTENTIONS KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK
CLEAN & CLEAR DI SURABAYA**



Oleh :
SHINTA APRILIYA
NPM : 09.1.02.04139

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
(STIESIA) SURABAYA
2013**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Shinta Apriliya

N.P.M : 09.1.02.04139

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR STRATEGI *ONLINE MARKETING* DAN PENGARUHNYA TERHADAP *PURCHASE INTENTIONS* KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK CLEAN & CLEAR DI SURABAYA

Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 13 November 2013, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 2 November 2013

Yang membuat pernyataan,

Shinta Apriliya

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Shinta Apriliya
NPM : 09.1.02.04139
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 25 April 1991
Agama : Islam
Jumlah Saudara / Anak yang ke : 2 (dua) / 2 (Dua)
Alamat Rumah : Dsn Meduran RT 05 RW 03 Awang-
Awang Mojosari, Mojokerto
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : YAHYO
Alamat Rumah : Dsn Meduran RT 05 RW 03 Awang-
Awang Mojosari, Mojokerto
Alamat Kantor / Telepon : -
Pekerjaan / Jabatan : WIRASWASTA

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SDN Awang-Awang di Mojokerto Tahun 2003
2. Tamat MtsN Mojosari di Mojokerto Tahun 2006
3. Tamat SMAN Kutorejo di Mojokerto Tahun 2009
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I – VIII	2009 - 2013	-

Dibuat dengan sebenarnya
Oleh

(Shinta Apriliya)

KATA PENGANTAR

ii

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Strategi *Online Marketing* Dan Pengaruhnya Terhadap *Purchase Intentions* Konsumen Dalam Membeli Produk *Clean & Clear* Di Surabaya”**. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyelesaian program pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penyelesaian skripsi ini kiranya tidak akan berjalan lancar bila tanpa bantuan maupun dukungan dari berbagai pihak baik secara material maupun spiritual. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Akhmad Riduwan, S.E., M.S.A., Ak., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dra. Tri Yuniati, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
3. Ibu Rahayu, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing dan dosen wali yang dengan sabar memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu dalam menyusun skripsi ini melalui perkuliahan.

iii

5. Untuk Ayah, ibu dan seluruh keluargaku yang telah memberikan doa dan bantuan baik materi maupun dorongan semangat hingga selesainya skripsi ini.
6. Teman-temanku yang tidak dapat aku sebutkan satu-persatu, makasih atas semua semangat dan dukungannya.

Semoga Allah SWT berkenan membalas segala bantuan yang telah diberikan sehingga terselesaikannya skripsi ini. Akhirnya dengan mengucapkan syukur, do'a dan harapan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, September 2013

Shinta Apriliya



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pengesahan Skripsi	i
Pernyataan Keaslian.....	ii
Daftar Riwayat Hidup	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran	x
Intisari	xi
Abstract	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
BAB 2 TINJAUAN TEORETIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Teoretis.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
1. Pengertian Pemasaran.....	10
2. Konsep Pemasaran	11
2.1.2 <i>Online Marketing</i>	13
1. Konsep Internet.....	13
2. Konsep Website	14
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	15
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	15
2. Model Perilaku Konsumen	17

2.1.4	Minat Beli	20
1.	Pengertian Minat Beli.....	20
2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	21
2.2	Penelitian Sebelumnya.....	23
2.3	Rerangka Pemikiran	24
2.4	Hipotesis	24
BAB 3 METODA PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	26
3.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.5	Teknik Analisis Data	33
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	40
4.1.1	Sekilas tentang Clean & Clear.....	40
4.1.2	Promosi Clean & Clear di Internet.....	41
1.	Promosi Clean & Clear di Website	41
2.	Promosi Clean & Clear di Facebook.....	43
3.	Promosi Clean & Clear di Twitter	45
4.2	Data Penelitian	47
4.2.1	Profil Responden.....	47
4.2.2	Deskriptif Variabel.....	48
1.	Deskriptif Variabel <i>Website</i> (X_1)	48
2.	Deskriptif Variabel <i>Facebook</i> (X_2)	50
3.	Deskriptif Variabel <i>Twitter</i> (X_3)	52
4.	Deskriptif Variabel <i>Purchase intentions</i> (Y).....	53
4.3	Analisis Hasil Penelitian.....	54
4.3.1	Uji Validitas.....	54
4.3.2	Uji Reliabilitas	55
4.3.3	Analisis Faktor.....	56

1.	<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	57
2.	<i>Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Test</i>	57
3.	Analisa dengan Menggunakan <i>Principal Component Analysis</i>	58
4.	Rotasi Faktor	59
5.	Non Redundant	60
6.	Penentuan Anggota Faktor Baru	60
7.	Penamaan Faktor Baru	62
4.3.4	Deskriptif Rata-Rata Variabel	63
4.3.5	Analisis Regresi Linear Berganda	64
4.3.6	Pengujian Pengaruh Simultan dengan Uji F	66
4.3.7	Pengujian Pengaruh Parsial dengan Uji t	67
BAB 5 PENUTUP		
5.1	Simpulan	69
5.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1	Profil Responden Berdasarkan Usia 47
Tabel 2	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan..... 47
Tabel 3	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Website</i> (X_1)..... 48
Tabel 4	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Facebook</i> (X_2)..... 50
Tabel 5	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Twitter</i> (X_3)..... 52
Tabel 6	Deskripsi Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Purchase intentions</i> (Y)..... 53
Tabel 7	Uji Validitas 55
Tabel 8	Uji Realibilitas..... 56
Tabel 9	Nilai KMO Dan Bartlett's test 57
Tabel 10	Ekstraksi Analisis Faktor 58
Tabel 11	Nilai Rotasi Analisis Faktor..... 59
Tabel 12	Penentuan Anggota Faktor Baru 61
Tabel 13	Pemberian Nama Faktor Baru 62
Tabel 14	Deskriptif Rata-Rata Variabel 63
Tabel 15	Koefisien Regresi 64
Tabel 16	Analisis of Varians 66
Tabel 17	Uji Parsial (Uji t) 67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Tampilan Promosi Clean & Clear di Website.....	42
Gambar 2 Tampilan Promosi Clean & Clear di Facebook	44
Gambar 3 Tampilan Promosi Clean & Clear di Twitter	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Jadwal Penelitian
2. Kuesioner
3. Rekapitulasi Jawaban Responden
4. Hasil Output SPSS
5. Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing
6. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
7. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian

