

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikanNya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir dengan judul “ANTESEDEN NIAT BERBAGI KABAR DARI MULUT KE MULUT SERTA NIAT BELI: KEBUTUHAN HUMOR SEBAGAI MODERASI SERTA SIKAP IKLAN DAN SIKAP MEREK SEBAGAI MEDIASI” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

- 1) Ibu Gracia Shinta S. Ugut, MBA., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi..
- 2) Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
- 3) Bapak Zoel Hutabarat, S.I.P., M.B.A., selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing saya selama masa perkuliahan.
- 4) Ibu Sabrina O. Sihombing, S.E., M. Bus., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada penulis.
- 5) Ibu Ir. Dewi Sri Surya Wuisan, M.M dan Bapak Dr. Sidik Budiono, S.E., M.E. selaku dosen penguji.
- 6) Semua dosen yang telah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan.
- 7) Staf Karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
- 8) Keluarga khususnya orangtua yang telah memberikan dukungan moril, doa, dan kasih sayang.
- 9) Diri sendiri yang sudah berjuang dan bertahan sampai sejauh ini.
- 10) Teman-teman seperjuangan skripsi Natasha, Cindy, dan Timothy yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
- 11) Teman-teman dari The False Prophet.

12) Semua pihak yang namanya tidak bisa disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Tangerang, 23 November 2020



Alessandro Vallent

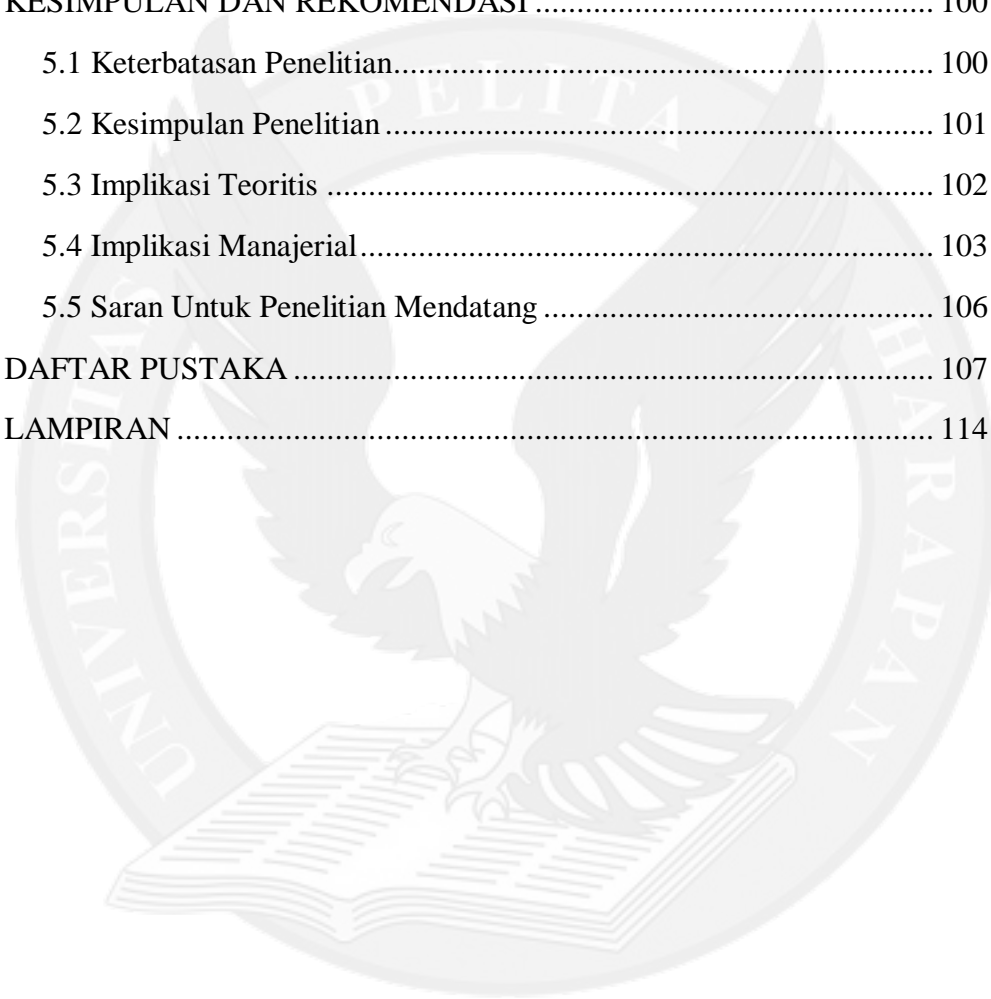


DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kontribusi Penelitian	8
1.5 Batasan Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB 2	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Pemasaran	13
2.2 Perilaku Konsumen	16
2.3 Teori Tindakan Beralasan	17
2.4 Niat Beli.....	19
2.5 Niat Kabar Dari Mulut.....	21
2.6 Sikap Terhadap Merek.....	23

2.7 Iklan Lucu	23
2.8 Sikap Terhadap Iklan	24
2.9 Kebutuhan Terhadap Humor	25
2.10 Hubungan Antar Variabel	26
2.11 Kerangka Teoritis dan Hipotesis	31
BAB 3	32
METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Penelitian Kuantitatif	34
3.3 Jenis Penelitian	35
3.4 Pengukuran Variabel	37
3.5 Unit Analisis	39
3.6 Objek Penelitian	41
3.7 Definisi Operasional dan Konseptual	42
3.8 Skala Pengukuran	45
3.9 Metode Pengumpulan Data	48
3.10 Etika Pengumpulan Data	54
3.11 Penerjemahan Kembali	55
3.12 Pengambilan Sampel	56
3.13 Metode Analisis Data	59
3.14 <i>Structural Equation Model</i>	68
3.15 Uji Moderasi	72
BAB 4	74
ANALISA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	74
4.1 Profil Responden	74
4.2 Hasil Studi Pendahuluan	75
4.3 Menguji Keباikan Data pada Studi Pendahuluan	77
4.4 Hasil Tes Aktual	80

4.5 Menguji Keباikan Data pada Tes Aktual.....	82
4.6 Hasil Uji Hipotesis	85
4.7 Pembahasan.....	93
4.8 Hasil Perbandingan.....	98
BAB 5	100
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	100
5.1 Keterbatasan Penelitian.....	100
5.2 Kesimpulan Penelitian	101
5.3 Implikasi Teoritis	102
5.4 Implikasi Manajerial.....	103
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	114



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Total Ad Value</i> Aqua dan Le Minerale 4/17	5
Tabel 1.2 Penelitian niat beli dan niat kabar dari mulut selama dekade ini ..	6
Tabel 3.1 Paradigma Penelitian	33
Tabel 3.2 Perbedaan Karakteristik Metode Kuantitatif dan Kualitatif	34
Tabel 3.3 Perbedaan jenis penelitian	37
Tabel 3.4 Tipe-tipe Variabel	38
Tabel 3.5 Unit Analysis	40
Tabel 3.6 Survey iklan #AdaAqua – Ngomong Jepang	41
Tabel 3.7 Definisi Operasional & Konseptual	45
Tabel 3.8 Tipe – tipe skala	47
Tabel 3.9 Perbedaan Data sekunder dan Primer dan cara pengumpulannya	49
Tabel 3.10 Tipe – tipe kuesioner	51
Tabel 3.11 Struktur Pertanyaan	52
Tabel 3.12 Etika dalam pengumpulan data	55
Tabel 3.13 Jenis skala dan metode untuk memperoleh ringkasan visual variabel.....	63
Tabel 3.14 Reliabilitas dan Validitas	69

Tabel 3.15 PLS-SEM.....	70
Tabel 4.1 Profil Responden.....	75
Tabel 4.2 Statistik deskriptif pada studi pendahuluan	76
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Studi Pendahuluan	78
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Outer Loadings Studi Pendahuluan	79
Tabel 4.5 Uji Validitas AVE Studi Pendahuluan	79
Tabel 4.6 Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker) Studi Pendahuluan.	80
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Tes Aktual.....	81
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas pada 150 Responden Tes Aktual	83
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Outer Loadings Tes Aktual.....	84
Tabel 4.10 Uji Validitas AVE Tes Aktual	85
Tabel 4.10 Uji Validitas Diskriminan (Fornell-Lacker) Tes Aktual	85
Tabel 4.11 Hasil Model Pengukuran Tes Aktual	87
Tabel 4.12 Nilai R ² Tes Aktual	89
Tabel 4.13 Hasil Model Struktural	90
Tabel 4.14 Hubungan Moderasi	92
Tabel 4.15 Pengaruh Moderasi.....	92
Tabel 4.16 Perbandingan Penelitian	98
Tabel 5.1 Implikasi teoritis.....	103

Tabel 5.2 Implikasi Manajerial..... 106



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alur Pendahuluan	1
Gambar 2.1 Diagram Alur Tinjauan Pustaka	13
Gambar 2.2 Model Teori Tindakan Beralasan	19
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	31
Gambar 3.1 Metode penelitian	32
Gambar 3.2 Model Penelitian.....	39
Gambar 3.3 Likert scale 5 Point	47
Gambar 3.4 Contoh kuisisioner ber-skala likert	58
Gambar 3.5 Penerjemahan kembali	56
Gambar 3.6 Tipe-tipe Sampling	58
Gambar 3.7 Metode Analisa Data	59
Gambar 3.8 Proses mempersiapkan data untuk dianalisa60
Gambar 4.1 Analisa dan Pembahasan Hasil Penelitian	74
Gambar 4.2 Path Model	88
Gambar 5.1 Kesimpulan dan Rekomendasi	100