

**PENGARUH KONSEP AIDA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM LE
MINERALE**

**(Studi Kasus Warga Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta
Pusat)**

SKRIPSI

PETTY RAHMAWATI

21170000234



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN SEKOLAH
TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA**

2022

**PENGARUH KONSEP AIDA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM LE
MINERALE**

**(Studi Kasus Warga Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta
Pusat)**

SKRIPSI

PETTY RAHMAWATI

21170000234



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN SEKOLAH
TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA**

2022

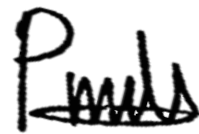
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KONSEP AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM LE MINERALE
(Studi Kasus Warga Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat)**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), sejauh mana saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi, maupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di STEI dan Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika kemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi, ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 9 Februari 2022



PETTY RAHMAWATI

NIM 21170000234

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul:

**PENGARUH KONSEP AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM LE MINERALE
(Studi Kasus Warga Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Sri Handoko Sakti, SE, MMTr dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 9 Februari 2022

Pembimbing,



Sri Handoko Sakti, SE, MM.Tr, CPFF

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc


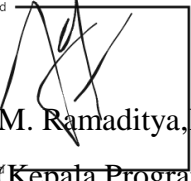

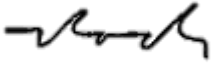

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KONSEP AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM LE MINERALE
(Studi Kasus Warga Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 21 Februari 2022 dengan nilai A-.

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.   digitally signed
..... : M. Ramaditya, BBA, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. 
..... : Sri Handoko Sakti, SE, MM.Tr, CPFF
(Pebimbing)
3. 
..... : Doddi Prastuti, SE., MBA
(Dosen Penguji)
4. 
..... : Imelda Aprileny, SE., ME
(Dosen Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

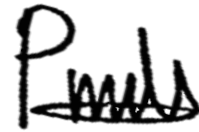
Karya Ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang seharusnya kepada:

1. Bapak Sri Handoko Sakti, SE, MMTr, CPFF selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Doddi Prastuti, SE., MBA dan Ibu Imelda Aprileny, SE., ME selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Marongrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc selaku Kepala Program Studi S1 Manajemen.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) yang tekag memberikan kesabaran dan ketulusan dalam memberikan pendidikan serta pengajaran kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
6. Teruntuk yang teristimewa kepada Orang Tua penulis Bapak Affendy dan Ibu Amsiah yang selalu mendoakan, memberikan semangat dari segi moral dan material kepada penulis dan memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk Abang dan Kakak tersayang Iman Saputra, Chairudhin, dan Mulyana. Yang selama ini telah mendukung, mendoakan, serta memberikan semangat dan keyakinan untuk saya agar dapat menyelesaikan penelitian ini.

8. Dan untuk Abang saya tercinta, Alm. Eddy Nurachmat yang sangat amat saya rindukan.
9. Sahabat sekaligus orang terdekat peneliti yang telah membantu dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini yaitu, Meity Puspita, Abdul Rahman, Mia Riantini, Yulianti Dwi Pratiwi, Lutfiah Askandar, Ryan Richart, Rizky Adnan, Sarah Sintia Siahaan, Herlina, Ali, Zulme, Febby, Ismail, dan Luwlug Hermaniasih.
10. Para responden yang telah berpartisipasi meluangkan waktunya untuk menjawab kuesioner penelitian ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, 9 Februari 2022



PETTY RAHMAWATI

NPM 21170000234

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

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Petty Rahmawati
NPM : 21170000234
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas Karya Ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH KONSEP AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM LE MINERALE**

(Studi Kasus Warga Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat)

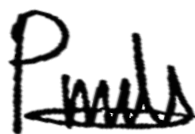
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 9 Februari 2022

Yang menyatakan,



Petty Rahmawati

Petty Rahmawati NPM : 21170000234 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Sri Handoko Sakti, SE, MMTr
PENGARUH KONSEP AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM LE MINERALE (Studi Kasus Warga Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat)	
<p>ABSTRAK</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh <i>Attention</i>, <i>Interest</i>, <i>Desire</i>, dan <i>Action</i> terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen yang mengkonsumsi air minum Le Minerale.</p> <p>Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang mengkonsumsi air minum Le Minerale. Sampel yang diperoleh sebanyak 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 responden peneliti menggunakan rumus <i>Cochran</i>. Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner, dimana sampel terpilih ditentukan dengan cara teknik <i>purposive sampling</i>, yang selanjutnya dianalisis dengan metode analisis jalur menggunakan <i>SmartPLS</i>.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) <i>Attention</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (2) <i>Interest</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) <i>Desire</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (4) <i>Action</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.</p>	
<p><i>Kata Kunci : Attention, Interest, Desire, Action, Keputusan Pembelian</i></p>	

Petty Rahmawati NPM : 21170000234 <i>Bachelor Degree in Manajemen</i>	<i>Supervisor :</i> Sri Handoko Sakti, SE, MMTr
<p><i>THE INFLUENCE OF THE CONCEPT OF AIDA ON THE PURCHASING DECISION OF DRINKING WATER LE MINERALE</i> <i>(Case study of residents of Cempaka Putih sub-district, Central Jakarta)</i></p>	
<p><i>ABSTRACT</i></p> <p><i>The purpose of this research is to determine the effect of Attention, Interest, Desire, and Action on purchasing decisions on consumers who consume mineral water.</i></p> <p><i>The population in this study are consumers who consume Le Minerale drinking water. The sample obtained was 96,04 which was rounded into 100 research respondents using the Cochran formula. The data collection method used in this study is a survey method using a questionnaire, where the selected sample is determined by purposive sampling technique, which is then analyzed by path analysis method using SmartPLS.</i></p> <p><i>The results of the analysis show that (1) Attention has no effect on purchasing decisions (2) Interest has a positive and significant effect on purchasing decisions (3) Desire has a positive and significant effect on purchasing decisions (4) Action has a positive and significant effect on purchasing decisions.</i></p>	
<p><i>Keyword : Attention, Interest, Desire, Action, Buying decision</i></p>	

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Pemasaran	8
2.1.3 Konsep AIDA	9
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.1.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.2 <i>Review</i> Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	20
2.3.1 Kerangka Fikir	20
2.3.1.1 Pengaruh <i>Attention</i> Terhadap Keputusan Pembelian	20
2.3.1.2 Pengaruh <i>Interest</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.3.1.3 Pengaruh <i>Desire</i> Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.3.1.4 Pengaruh <i>Action</i> Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.1.5 Besarnya Pengaruh Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian	23

2.3.2	Pengembangan Hipotesis	23
BAB III	METODA PENELITIAN.....	24
3.1	Strategi dan Metode Penelitian.....	24
3.2	Populasi dan Sampel	24
3.2.1	Populasi Penelitian	24
3.2.2	Sampel Penelitian.....	24
3.3	Data dan Metoda Pengumpulan Data	25
3.3.1	Jenis Data	26
3.3.2	Cara Pengumpulan Data.....	26
3.4	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	28
3.4.1	Variabel Penelitian	28
3.5	Metode Analisis Data	32
3.5.1	Metode Pengolahan Data	32
3.5.2	Metode Penyajian Data	33
3.5.3	Alat Analisis Statistik Data	33
3.5.4	Analisis <i>Outer</i> Model.....	33
3.5.5	Analisis <i>Inner</i> Model	34
3.5.6	Pengujian Hipotesis.....	35
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	37
4.2	Deskripsi Responden Peneliti.....	38
4.2.1	Jenis Kelamin Responden	38
4.2.2	Usia Responden.....	38
4.2.3	Profesi/Pekerjaan Responden.....	39
4.3	Analisis Data	40
4.3.1	Menilai <i>Outer</i> Model.....	40
4.3.1.1	Uji Validitas	40
4.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	44
4.3.2	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	45
4.3.2.1	Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	46
4.3.2.2	Penilaian Goodnes Of Fit	46
4.3.3	Penguji Hipotesis	46
4.3.3.1	Pengujian Pengaruh Langsung Attentiom (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).	47

4.3.3.2	Pengujian Pengaruh langsung Interest (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	48
4.3.3.3	Pengujian Pengaruh Langsung <i>Desire</i> (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	49
4.3.3.4	Pengujian Pengaruh Langsung Action (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	50
4.4	Temuan Hasil Penelitian	52
4.4.1	Pengaruh <i>Attention</i> terhadap Keputusan Pembelian	52
4.4.2	Pengaruh <i>Interest</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.4.3	Pengaruh <i>Desire</i> terhadap Keputusan Pembelian	53
4.4.4	Pengaruh <i>Action</i> terhadap Keputusan Pembelian	53
4.4.5	Besarnya Pengaruh Konsep AIDA terhadap Keputusan Pembelian	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		55
5.1	Simpulan.....	55
5.2	Saran	55
5.3	Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	56
DAFTAR REFERENSI		57
LAMPIRAN.....		59

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 3.1 Skor Skala Likert.....	27
Table 3.2 Operasionalisasi Variabel dan Indikator	29
Table 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Table 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	39
Table 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Table 4.4 Hasil <i>Outer Loading</i>	42
Table 4.5 Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted</i>	42
Table 4.6 Hasil Nilai <i>Discriminant Validity</i>	43
Table 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	44
Table 4.8 Hasil Nilai R-Square	46
Table 4.9 Hasil Nilai Uji Goodnes Of Fit.....	46
Table 4.10 Hasil Nilai T-statistic <i>Direct Effect</i>	46
Table 4.11 Pengaruh Attention (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	47
Table 4.12 Pengaruh Interest (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	48
Table 4.13 Pengaruh Desire (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	49
Table 4.14 Pengaruh Action (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pangsa Pasar Air Dalam Kemasan	2
Gambar 1.2 Proses Model AIDA	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	20
Gambar 4.1 Hasil Pengukuran <i>Outer Model</i>	41
Gambar 4.2 Hasil Pengukuran <i>Inner Model</i>	45

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 2. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Variabel Attention (X1)	62
Lampiran 3. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Variabel Interest (X2)	65
Lampiran 4. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Variabel Desire (X3).....	68
Lampiran 5. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Variabel Action (X4)	70
Lampiran 6. Tabulasi Skor Pengumpulan Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	73
Lampiran 7. Deskripsi Data Responden.....	76
Lampiran 8. Hasil Perhitungan <i>Outer Loadings</i>	78
Lampiran 9. Hasil Perhitungan <i>Discriminant Validity</i>	79
Lampiran 10. Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas <i>Cronchbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	79
Lampiran 11. Hasil Perhitungan Uji Koefisien Determinasi <i>R-Square</i> (R2).....	80
Lampiran 12. Hasil Perhitungan Model Fit.....	80
Lampiran 13. Hasil Nilai Perhitungan T-Statistik <i>Direct Effect</i>	80
Lampiran 14. Surat Riset.....	81
Lampiran 15. Daftar Riwayat Hidup	83