

TUGAS AKHIR

ANALISIS FAKTOR *OLFACTORY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *APPROACH BEHAVIOR* DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK DOWNY DI SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

NAMA : ALVIN SURYANATA RAHARJO

NPM : 01120100004



Program Studi Ilmu Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Pelita Harapan

Surabaya

2013



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama Mahasiswa : Alvin Suryanata Raharjo

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120100004

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul **“ANALISIS FAKTOR *OLFACTORY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *APPROACH BEHAVIOR* DAN *EXPERIENTIAL MARKETING* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK DOWNY DI SURABAYA“** adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku–buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian–bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 27 November 2013



(Alvin Suryanata Raharjo)



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

**ANALISIS FAKTOR *OLFACTORY* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
DENGAN *APPROACH BEHAVIOR* DAN *EXPERIENTIAL MARKETING*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK DOWNY DI
SURABAYA**

Oleh :

Nama : Alvin Suryanata Raharjo
NPM : 01120100004
Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

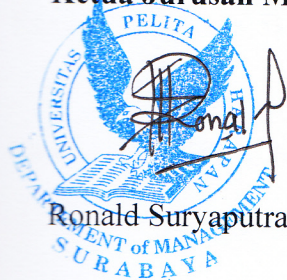
Surabaya, 27 November 2013

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Ronald Suryaputra, S.T., M.M

Ketua Jurusan Manajemen



Ronald Suryaputra, S.T., M.M

Co-Pembimbing/Supervisor

Oliandes Sondakh, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Louie Divinagracia, M.Sc., DBA



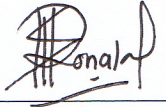
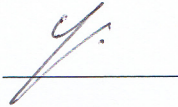
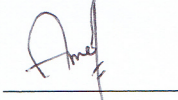
**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI**

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

Pada hari Senin tanggal 9 Desember 2013 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama :

Nama : Alvin Suryanata Raharjo
NPM : 01120100004
Jurusan : Manajemen

termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “**ANALISIS FAKTOR OLFACTORY TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN APPROACH BEHAVIOR DAN EXPERIENTIAL MARKETING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK DOWNY DI SURABAYA**” oleh tim penguji yang terdiri dari :

Dewan Penguji :	Status	Tanda tangan
Ronald Suryaputra, S.T., M.M.	, sebagai Ketua, Pembimbing	
Yanuar Dananjaya, B.Sc, M.M.	, sebagai Penguji	
Amelia S.E., RFP-I, M.M.	, sebagai Penguji	

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin memanjatkan syukur dan terima kasih yang luar biasa atas kasih dan karunia Tuhan yang Maha Esa yang selama ini senantiasa membimbing dan menuntun setiap langkah yang dicapai oleh penulis hingga akhirnya penulis diberi kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Prof. Louie Divinagracia, M.Sc., DBA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Bapak Ronald Suryaputra ST. MM., selaku dosen pembimbing utama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada penulis dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
3. Ibu Oliandes Sondakh, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing anggota yang telah sabar membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
4. Para staff pengajar Program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui suatu kegiatan belajar-mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.

5. Para staff administrasi Program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan yang telah banyak membantu dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.
6. Para responden produk Downy yang berdonisili di Surabaya yang telah membantu proses pengisian kuesioner sehingga penelitian ini dapat dijalankan.
7. Orang tua khususnya Hendra Wiratama Raharjo dan Wiwik Djohan serta kakak perempuan penulis yaitu Aileen Valencia Raharjo dan Philia Francisca Raharjo yang telah banyak membantu dan berdoa untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan tugas-tugas terutama penelitian tugas akhir ini, serta mendukung sepenuhnya agar penulis mampu mewujudkan harapan dan cita-citanya untuk membahagiakan keluarga ini ke depannya setelah lulus dari Universitas Pelita Harapan Surabaya.
8. Teman-teman mahasiswa seperjuangan, Davis Febrinanto Prakasa, Revy Fajar November Kungsiang, serta Lim Harry Cahyono Limanjaya, Gede Aryawan Mantra, serta Hendry Ongkowijoyo dan juga relasi-relasi yang selama ini berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah saling mendukung dan mendoakan agar dapat bersama-sama lulus dengan bangga dan membawa keharuman nama baik Universitas Pelita Harapan Surabaya.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Allah Bapa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 27 November 2013

Alvin Suryanata Raharjo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 <i>Purchase Intention</i>	9
2.1.2 <i>Approach Behavior</i>	10
2.1.3 <i>Experiential Marketing</i>	11
2.1.4 <i>Olfactory</i>	12
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Pengembangan Hipotesis	15
2.3.1 Pengaruh <i>olfactory</i> terhadap <i>approach behavior</i>	15
2.3.2 Pengaruh <i>olfactory</i> terhadap <i>experiential marketing</i>	16
2.3.3 Pengaruh <i>experiential marketing</i> terhadap <i>approach behavior</i>	16

2.3.4 Pengaruh <i>approach behavior</i> terhadap <i>purchase intention</i>	16
2.3.5 Pengaruh <i>experiential marketing</i> terhadap <i>purchase intention</i>	17
2.3.6 Pengaruh <i>olfactory</i> terhadap <i>purchase intention</i>	17
2.4 Model Penelitian	17
2.5 Bagan Alur Berpikir	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Populasi dan Sampel	20
3.2.1 Populasi	20
3.2.2 Sampel	21
3.3 Metode Pengumpulan Data	22
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
3.5 Metode Analisis Data	24
3.5.1 Pengolahan Data	24
3.5.2 Pengujian Hipotesis	25
3.5.3 Uji Reliabilitas	32
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum “Downy”	34
4.1.1 <i>Company Profile</i>	34
4.1.2 Responden	36
4.2 Analisis Data	36
4.2.1 Statistik Deskriptif	37
4.2.2 Hasil Pengujian Kualitas Data	39
4.2.2.1 Evaluasi Normalitas Data	41
4.2.2.2 Evaluasi Outliers	41
4.2.2.2.1 <i>Univariate Outliers</i>	42
4.2.2.2.2 <i>Multivariate Outliers</i>	43
4.2.2.3 Evaluasi <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	43
4.2.2.4 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	44
4.2.2.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	44
4.2.2.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen	44
4.2.2.5 Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i>	47

4.2.2.6 Pengujian terhadap Nilai Residual.....	50
4.2.2.7 Uji <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extract</i>	50
4.2.2.7.1 Uji <i>Reliability</i>	50
4.2.2.7.2 <i>Variance Extracted</i>	51
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis	52
4.2.3.1 Pengujian Hipotesis 1	52
4.2.3.2 Pengujian Hipotesis 2	53
4.2.3.3 Pengujian Hipotesis 3	53
4.2.3.4 Pengujian Hipotesis 4	53
4.2.3.5 Pengujian Hipotesis 5	54
4.2.3.6 Pengujian Hipotesis 6	54
4.3 Pembahasan.....	55
BAB V KESIMPULAN	60
5.1 Simpulan	60
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	60
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian	61
5.2 Implikasi	62
5.2.1 Implikasi Teoritis	63
5.2.2 Implikasi Manajerial	64
5.4 Rekomendasi.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69