

PEMANFAATAN VOUCHER SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN MINAT BELI PRODUK HILO CHOCO MALT DI KOTA BOGOR

MU'AI SYAH MAHARANI



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pemanfaatan *Voucher* sebagai Strategi Peningkatan Minat Beli Produk HiLo Choco Malt di Kota Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2025

Mu'aisyah Maharani
K1401201096

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

MU' AISYAH MAHARANI. Pemanfaatan *Voucher* sebagai Strategi Peningkatan Minat Beli Produk HiLo Choco Malt di Kota Bogor. Dibimbing oleh RETNANINGSIH dan FITHRIYYAH SHALIHATI.

Rata-rata perusahaan FMCG mengalokasikan 74% biaya pemasaran pada *sales promotion*, namun hanya ada 55% merek yang dapat melewati ambang batas efisiensi promosi. HiLo menggunakan *voucher* sebagai sarana *sales promotion* untuk meningkatkan minat beli. Tujuan penelitian ini adalah untuk (1) mengidentifikasi karakteristik konsumen, (2) menganalisis pengaruh *voucher* terhadap minat beli, dan (3) merumuskan implikasi manajerial untuk meningkatkan minat beli. Responden ditentukan dengan metode *purposive sampling* dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan SEM-PLS dengan aplikasi SmartPLS 4. Hasil analisis menunjukkan bahwa HiLo cenderung dikonsumsi oleh siswa kelas 4 SD, berusia 10 tahun, memiliki uang saku lebih dari Rp5.000 per hari, dan mengeluarkan rata-rata Rp3.000 untuk konsumsi minuman per hari. *Vouchering* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan indikator yang paling berpengaruh adalah kuantitas promosi, minat transaksional, dan minat eksploratif. HiLo dapat menyesuaikan nilai *voucher*, memberikan *voucher* secara berkala, mengombinasikan dengan kampanye digital, menerapkan strategi penyerangan *market challenger*, dan mengevaluasi skema *vouchering*.

Kata kunci: minat beli, *sales promotion*, SEM-PLS, pemasaran, *voucher*

ABSTRACT

MU' AISYAH MAHARANI. Utilization of Vouchers as a Strategy to Increase Purchase Intention of HiLo Choco Malt in Bogor City. Supervised by RETNANINGSIH and FITHRIYYAH SHALIHATI.

On average, FMCG companies allocate 74% of marketing costs to sales promotion, but only 55% of brands can pass the promotional efficiency threshold. HiLo uses vouchers as a means of sales promotion to increase purchase interest. The objectives of this study were to (1) identify consumer characteristics, (2) analyze the effect of vouchers on purchase interest, and (3) formulate managerial implications to increase purchase interest. Respondents were determined using the purposive sampling method and analyzed using descriptive analysis and SEM-PLS with the SmartPLS 4 application. The results of the analysis showed that HiLo tends to be consumed by 4th grade elementary school students, aged 10 years, have pocket money of more than IDR 5,000 per day, and spend an average of IDR 3,000 on beverage consumption per day. *Vouchering* has a positive and significant effect on purchase interest with the most influential indicators being the quantity of promotion, transactional interest, and explorative interest. HiLo can adjust the voucher value, provide vouchers periodically, combine with digital campaigns, implement a market challenger attack strategy, evaluate the program, and evaluate *vouchering* schemes.

Keywords: marketing, purchase intention, sales promotion. SEM-PLS, voucher

PEMANFAATAN VOUCHER SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN MINAT BELI PRODUK HILO CHOCO MALT DI KOTA BOGOR

MU' AISYAH MAHARANI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M.
2. Sendi Matazawwadu'ilmi, S.E., M.M.

Judul Skripsi : Pemanfaatan *Voucher* sebagai Strategi Peningkatan Minat Beli
Produk HiLo Choco Malt di Kota Bogor

Nama : Mu'aisyah Maharani

NIM : K1401201096

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Ir. Retnaningsih, M.Si.

Pembimbing 2:

Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian:
13 Januari 2025

Tanggal Lulus:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Agustus sampai bulan Desember 2024 ini ialah strategi pemasaran, dengan judul *Pemanfaatan Voucher sebagai Strategi Peningkatan Minat Beli Produk HiLo Choco Malt di Kota Bogor*". Pelaksanaan penelitian ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Retnaningsih, M.Si. dan Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, masukan, saran, dan dukungan selama proses penyusunan tugas akhir.
2. Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S. dan Lokita Rizky Megawati, S.Pd., M.M. selaku dosen penggerak akademik yang selalu membantu dan memberikan dukungan selama masa perkuliahan.
3. Assaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc. selaku dosen seminar presentasi bisnis serta Agustina Widi Palupiningrum, S.E., M.M. dan Sendi Matazawwadu'Ilmi, S.E., M.M. selaku dosen penguji ujian skripsi atas masukannya dalam penyusunan skripsi
4. Seluruh dosen dan staf akademik Sekolah Bisnis IPB atas ilmu yang bermanfaat dan bantuan yang diberikan.
5. Bapak, Ibu, dan Kakak tersayang atas limpahan cinta dan doa, serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan materiil, moral, maupun emosional dalam setiap langkah penulis.
6. Seluruh responden dan narasumber yang telah meluangkan waktu dalam proses pengambilan data.
7. Ko Orland, Mas Satrio, Bang Glenn, Bang Rozan, Mas Ega, dan Bang Bobby yang telah membantu kelancaran penelitian ini. Rekan-rekan divisi *Area Marketing* Bogor dan *Linkers batch 5 Bodeta* yang telah memberikan warna-warni perjalanan selama berada di PT Nutrifood Indonesia.
8. Anggita, Fisqi, Firoos, Icis, Sifa, dan seluruh sahabat yang selalu hadir untuk saling menguatkan dalam setiap fase kehidupan.
9. Komti dan seluruh teman-teman Sekolah Bisnis angkatan 57 yang telah banyak membantu dalam menjalani proses perkuliahan.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak, terutama bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Januari 2025

Mu'aisyah Maharani

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Strategi Pemasaran	8
2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	8
2.3 <i>Sales Promotion</i>	9
2.4 <i>Voucher</i>	10
2.5 Minat Beli	11
2.6 <i>Structural Equation Model-Partial Least Squares</i> (SEM PLS)	12
2.7 Penelitian Terdahulu	13
2.8 Kerangka Pemikiran Penelitian	16
III METODE	17
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	17
3.2 Jenis dan Sumber Data	17
3.3 Teknik Pengambilan Contoh	18
3.4 Teknik Pengambilan Data	18
3.5 Definisi Operasional	19
3.6 Pengolahan dan Analisis Data	20
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Gambaran Umum Produk	22
4.2 Karakteristik Konsumen	23
4.3 Pengaruh <i>Voucher</i> Terhadap Minat Beli	25
4.4 Implikasi Manajerial	30
V SIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Simpulan	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	41
RIWAYAT HIDUP	45

DAFTAR TABEL

1	Perkembangan konsumsi coklat bubuk di Indonesia tahun 2010-2019	1
2	Daftar perusahaan dalam industri minuman coklat bubuk di Indonesia	3
3	Perbandingan produk Milo Activ-Go dan HiLo Choco Malt	4
4	Penelitian terdahulu	13
5	Jenis dan metode pengambilan data penelitian	17
6	Penilaian skala ordinal	18
7	Definisi operasional	19
8	Variabel dan indikator penelitian	21
9	Karakteristik responden	23
10	Nilai AVE	27
11	Nilai <i>cross loading</i>	27
12	Hasil uji reliabilitas	28
13	Hasil uji <i>R-Square</i>	28
14	Hasil analisis <i>bootstrapping</i>	29
15	Perumusan implikasi manajerial	31
16	Perumusan implikasi manajerial (<i>lanjutan</i>)	32

DAFTAR GAMBAR

17	Pertumbuhan produk FMCG kuartal III 2023	2
18	<i>Top rank</i> merek minuman coklat terlaris di Shopee dan Blibli 2022	3
19	<i>Customer path</i> 5A	5
20	Efektivitas biaya pada tiga alat komunikasi berbeda pada tahap kesiapan	6
21	Kerangka pemikiran penelitian	16
22	Model penelitian awal	21
23	HiLo Choco Malt	22
24	Hasil analisis <i>loading factor</i> model awal	25
25	Hasil analisis <i>loading factor</i> model akhir	26
26	Strategi penyerangan <i>market challenger</i>	34

DAFTAR LAMPIRAN

27	Kuesioner penelitian	42
28	Pertanyaan wawancara	44