



**ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN TV DAN SURAT
KABAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
KEPUASAN MEMBELI AIR MINUM DALAM
KEMASAN MEREK “AQUA” PADA
MASYARAKAT KOTA JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

Reeza Ariel Haq

070810201021

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012



**ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN TV DAN SURAT
KABAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
KEPUASAN MEMBELI AIR MINUM DALAM
KEMASAN MEREK “AQUA” PADA
MASYARAKAT KOTA JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

Reeza Ariel Haq

070810201021

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Media Iklan TV dan Surat Kabar
Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan
Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek “Aqua”
pada Masyarakat Kota Jember

Nama Mahasiswa : Reeza Ariel Haq

NIM : 070810201021

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dosen Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Abdul Halim, S.E., M.Si
NIP. 19501221 197801 1001

Drs. Hadi Wahyono, M.M
NIP. 19540109 198203 1003

Ketua Jurusan

Prof. Dr. Istifadah, SE, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

Tanggal Persetujuan : 5 Januari 2012

PENGESAHAN JUDUL SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN TV DAN SURAT
KABAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN
KEPUASAN MEMBELI AIR MINUM DALAM
KEMASAN MEREK “AQUA” PADA
MASYARAKAT KOTA JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Reeza Ariel Haq
NIM : 070810201021
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal :

17 Januari 2012

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Susunan Tim Penguji

Ketua : Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D :
NIP.19660408 199103 1001

Sekretaris : Drs. Hadi Wahyono, M.M :
NIP. 19540109 198203 1003

Anggota : Drs. H. Abdul Halim, S.E., M.Si :
NIP. 19501221 197801 1001



Mengetahui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reeza Ariel Haq

NIM : 070810201021

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “*Analisis Pengaruh Media Iklan TV dan Surat Kabar Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek “Aqua” pada Masyarakat Kota Jember*” adalah benar-benar karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Januari 2012

Yang menyatakan,



Reeza Ariel Haq
NIM 070810201021

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. My Beloved Parents Bapak H. Abubakar dan Ibu Hj. Rustinah Sufiah

Atas segala tetesan keringat untuk membiayai sekolahku, kasih sayang yang tiada henti dan lantunan doa disetiap sujudnya yang tidak akan mungkin bisa aku balas sampai kapanpun

2. Kakak ku tercinta Oktaviany Hidayati, S.S

Atas semangat dan perhatian, tak lupa atas segala keluh kesah dan tawanya selama ini.

4. Sahabat-sahabat ku

Yang telah memberikan warna dalam masa-masa kuliah

5. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum, sebelum kaum itu merubah nasib mereka sendiri

(QS. Ar – Rad : 11)

Orang-orang yang berhenti belajar akan menjadi pemilik masa lalu. Orang-orang yang masih terus belajar, akan menjadi pemilik masa depan

(Mario Teguh)

Sukses seringkali datang pada mereka yang berani bertindak, dan jarang menghampiri penakut yang tidak berani mengambil konsekuensi (Jawaharlal Nehru)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS Al-Insyirah: 5-6)

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Analisis Pengaruh Iklan TV dan Surat Kabar Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Pada Masyarakat Kota Jember. Pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden 90. Alat analisis yang akan digunakan adalah *path analysis* atau biasa disebut analisis jalur dengan menggunakan pendekatan regresi linier berganda. Alasan digunakan analisis jalur adalah untuk memudahkan peneliti untuk mengetahui pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan total antar variabel yang bersangkutan. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel Iklan TV dan Surat Kabar terbukti signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel Iklan TV dan Surat Kabar terbukti signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Serta keputusan pembelian terbukti signifikan terhadap Kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Iklan TV, Surat Kabar, Keputusan Pembelian, dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research entitled The Analysis of Product Quality, Promotion, and Distribution Channels that Influence Purchase Decision and Loyalty of Consumers in The Purchasing of Mizone Isotonic Drink in Jember Town. This research using purposive sampling method of 90 respondents. Analysis tool to be used is commonly path analysis or path analysis using multiple linear regression approach. Reasons used path analysis is to facilitate researchers to determine the effect of direct, indirect effect, and the total inter-related variables. Based on this research can be concluded that the variable quality of product, promotion and distribution channels proved significant to the purchase decision. Variable product quality, promotion and distribution channels proved significant consumer loyalty. And purchasing decisions proved significantly to consumer loyalty.

Keywords: Product Quality, Promotion, Distribution Channels, purchase decision, Loyalty of Consumer.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Analisis Pengaruh Media Iklan TV dan Surat Kabar Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek “Aqua” pada Masyarakat Kota Jember*”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada :

1. Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Drs. H. Abdul Halim, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Drs. Hadi Wahyono, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, nasehat serta bimbingan selama peneliti menjalani perkuliahan dari periode 2007-2012.
5. My Beloved Parents Bapak H. Abubakar dan Hj. Rustinah Sufiah, atas kerja keras, doa-doa, perhatian dan kasih sayang selama ini yang telah diberikan dan tak akan bisa terbalas serta tergantikan sampai kapanpun.

6. My Beloved Sista Oktaviany Hidayati S.S., yang selalu mendengarkan keluh kesah disetiap aku sedih dan berbagi tawa dalam keceriaan.
7. Bapak H. Prihatin Amat Nasri dan Ibu Sunarsih, S.Pd terimakasih telah memberikan dukungan dan do'a selama ini.
8. Indah Pratiwi S.Kg yang telah memberi dukungan, cinta dan kasih sayangnya selama ini.
9. Seluruh keluarga besar di Pamekasan yang selalu mendoakan aku untuk menjadi orang yang berguna dan berhasil.. maaf hanya ini yang bisa aku persembahkan untuk kalian.
10. Sahabat-sahabat yang selalu ada dalam suka maupun duka dan memberi warna dalam hidupku: Adi, Zeyn, Robby, Rosi, dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu.
11. Semua teman-teman "Manajemen 2007" terima kasih untuk semua bantuan, dukungan dan juga kenangan kuliah kita selama ini.
12. Teman-teman Mbolang Community yang telah mengajarkanku arti hidup, dan selalu ada saat senang dan susah.
13. Semua orang yang telah datang dan pergi yang terlalu banyak untuk disebutkan satu persatu, Terima Kasih.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat.

Jember, Januari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Promosi	6
2.1.1.1 Pengertian Promosi	6
2.1.1.2 Manfaat Promosi	6
2.1.1.3 Jenis Promosi	6
2.1.2 Iklan	8
2.1.2.1 Pengertian Iklan	8
2.1.2.2 Manfaat Iklan	8
2.1.2.3 Tujuan Periklanan	9

2.1.2.4	Pemilihan Media Iklan	10
2.1.2.5	Media Televisi Sebagai Media Periklanan	13
2.1.2.6	Media Surat Kabar Sebagai Media Iklan	14
2.1.2.7	Pesan Iklan	17
2.1.2.8	Efektifitas Iklan	20
2.1.3	Perilaku Konsumen	21
2.1.4	Keputusan Pembelian	22
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	22
2.1.4.2	Proses Pengambilan Keputusan	23
2.1.5	Kepuasan Konsumen	24
2.1.5.1	Pengertian Kepuasan Konsumen	24
2.1.5.2	Manfaat Kepuasan Konsumen	25
2.1.5.3	Faktor-faktor Untuk Mengevaluasi Kepuasan Konsumen	25
2.1.5.4	Strategi Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen	27
2.2	Peneitian Terdahulu	28
2.3	Kerangka Konseptual	30
2.4	Hipotesis	32
BAB III.	METODE PENELITIAN	33
3.1	Rancangan Penelitian	33
3.2	Jenis dan Sumber Data	33
3.3	Metode Pengumpulan Data	34
3.4	Populasi dan Sampel	34
3.4.1	Populasi	34
3.4.2	Sampel	34
3.5	Identifikasi Operasional Variabel	35
3.6	Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel	35
3.7	Teknik Pengukuran	37
3.8	Uji Instrumen	38
3.8.1	Uji Validitas	38
3.8.2	Uji Reliabilitas	38

3.9 Metode Analisis Data	39
3.9.1 Analisis Deskriptif	39
3.9.2 Uji Normalitas Data	39
3.9.3 Analisis Jalur	39
3.10 Uji Asumsi Klasik	41
3.11 Uji Hipotesis	44
3.12 Menghitung Jalur	44
3.13 Kerangka Pemecahan Masalah	47
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Umum Tentang Wilayah Penelitian	49
4.1.2 Sejarah PT Aqua Golden Mississippi	51
4.1.3 Distributor PT Danone Aqua Mississippi Jember	53
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	53
4.3 Pengujian Instrumen	60
4.3.1 Uji Validitas	60
4.3.2 Uji Reliabilitas	61
4.4 Hasil Analisis Data	61
4.4.1 Analisis Normalitas Data	61
4.4.2 Analisis Jalur	64
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	69
4.5 Pembahasan	72
4.5.1 Pengaruh Variabel Layanan Iklan TV terhadap Keputusan pembelian dan Kepuasan konsumen	72
4.5.2 Pengaruh Variabel Iklan surat kabar terhadap Keputusan pembelian dan Kepuasan konsumen	73
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Bagan Alat-Alat Promosi	7
Tabel 2.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	29
Tabel 4.1 Kepadatan penduduk hasil SP 2000-2010	50
Tabel 4.2 Jenis kelamin hasil SP 2010	50
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Demografi Responden	54
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Iklan TV	55
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Iklan TV	57
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen	59
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Data	60
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Normalitas Data	62
Tabel 4.11 Nilai Koefisien Jalur	65
Tabel 4.12 <i>Collinearity Statistic</i>	69
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas dengan Uji <i>Glejser</i>	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bagan Proses Pengambilan Keputusan	24
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	31
Gambar 3.1 Model Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	47
Gambar 4.1 Grafik Kenormalan Variabel Iklan TV	62
Gambar 4.2 Grafik Kenormalan Variabel Iklan Surat Kabar	63
Gambar 4.3 Grafik Kenormalan Keputusan Pembelian	63
Gambar 4.4 Grafik Kenormalan Variabel Kepuasan Konsumen	64
Gambar 4.5 Hasil Analisis Jalur	68
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	79
Lampiran 2 Rekapitulasi Data, Tabulasi Olah Data	81
Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Jawaban	83
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dengan CFA	90
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	94
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	96
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Jalur	99
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	101