



**PENGARUH IKLAN TELEVISI
PT SIDO MUNCUL VERSI KUKU BIMA ENERGI
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN
DI KECAMATAN BANYUWANGI-KABUPATEN BANYUWANGI**

**Skripsi ini Diajukan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember Untuk
Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

SOFYAN TSAURI

NIM 080810201143

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2011

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Sofyan Tsauri
Nim : 080810201143
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : **PENGARUH IKLAN TELEVISI PT. SIDO MUNCUL
VERSI KUKU BIMA ENERGI TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS KONSUMEN DI KECATAN
BANYUWANGI KABUPATEN BANYUWANGI**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

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

Jember, 25 februari 2011

Yang Menyatakan,

Sofyan Tsauri

NIM. 080810201143

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN TELEVISI PT. SIDO MUNCUL VERSI KUKU BIMA
ENERGI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DI
KECAMATAN BANYUWANGI KABUPATEN BANYUWANGI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Sofyan Tsauri

NIM : 080810201143

Jurusan : MANAJEMEN

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal :

24 Februari 2011

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Drs. Sriono, MM :

NIP.195610311986031001

Sekretaris : Drs. Suwardi, MM :

NIP.195407719821110001

Anggota : Siti Aliyati SE, Msi :

NIP.1919720909119203200

Mengetahui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc

NIP. 195608311984031002

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI

TANDA PERSETUJUAN REVISI

Nama : Sofyan Tsauri
NIM : 08081020143
Jurusan : Manajemen
Tanggal Lulus : 24 februari 2011
Judul : PENGARUH IKLAN TELEVISI PT. SIDO MUNCUL VERSI
KUKU BIMA ENERGI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
KONSUMEN DI KECAMATAN BANYUWANGI KABUPATEN BANYUWANGI

Telah direvisi oleh tim penguji;

Ketua

Drs. Sriono, MM

NIP.195610311986031001

Sekretaris :

Anggota:

Siti Aliyati SE,MSi

NIP.1919720909119203200

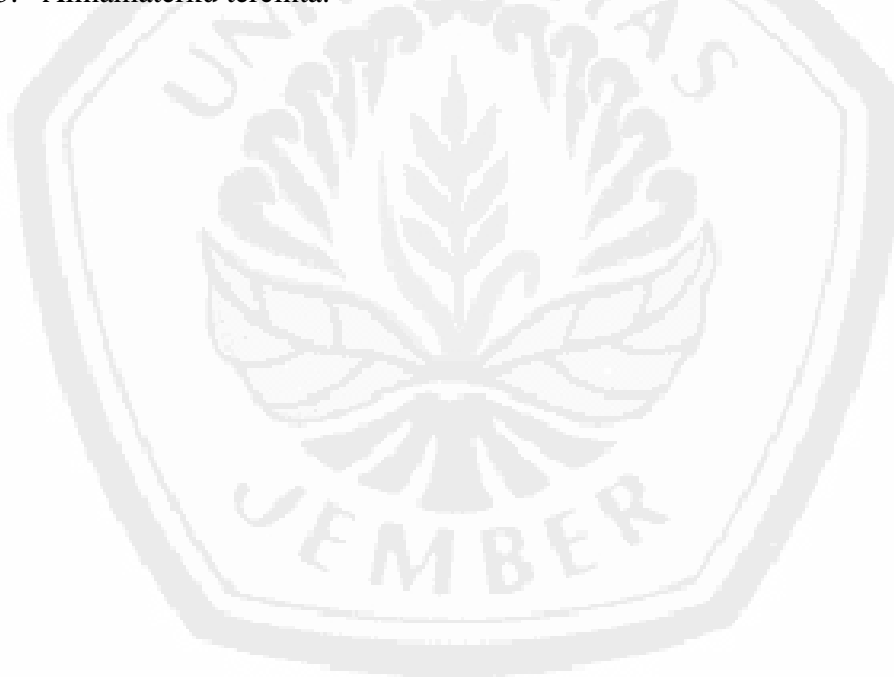
Drs. Suwardi, MM

NIP.195407719821110001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Allah SWT, segala puji dan syukur atas limpahan dan hidayahnya kepadaku.
2. Bapak dan Ibukku mohon maaf atas segala kesalahan yang telah aku perbuat dan terima kasih karena selalu memberiku dukungan dengan sepenuh hati..
3. Kakak-kakaku tercinta, thanks for all the love you've given to me.
4. Temen-temenku angkatan 2008 terima kasih atas kebersamaan selama ini.
5. Almamaterku tercinta.





HALAMAN MOTTO

Penyesalan adalah suatu mimpi buruk dalam kehidupan

Maka janganlah bertindak lambat kalau tak ingin sengasara

Jangan menunda jika tak ingin nelangsa

Karena hidup taka akan berlari kewaktu sebelumnya

Penulis

Dan janganlah berputus asa atas rahmat Allah SWT, sesungguhnya berputus asa atas rahmat Allah SWT hanyalah orang-orang kafir

(Al-qur'an Surat Yusuf : 27)

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul Pengaruh Iklan Televisi PT. Sido Muncul Versi Kuku Bima Energi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen di Kecamatan Banyuwangi Kabupaten Banyuwangi. Objek yang diteliti adalah salah satu produk PT. Sido Muncul yaitu Kuku Bima Energi. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh perhatian konsumen terhadap iklan, pemahaman konsumen terhadap iklan, pemahaman kognitif, pemahaman afektif, dan sikap konsumen terhadap iklan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan data primer dan data skunder. Data primer diambil dari respon/jawaban atas kuesioner yang diisi oleh konsumen PT. Sido Muncul di Kecamatan Banyuwangi Kabupaten Banyuwangi. Sedangkan data skunder bersumber dari hasil penelitian individual observator lain.

Teknik Pengambilan sample menggunakan *random sampling* dengan jumlah sample sebanyak 110 orang. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5%. Hasil analisis menunjukkan perhatian konsumen terhadap iklan, pemahaman konsumen terhadap iklan, respon kognitif, respon afektif, dan sikap nasabah terhadap iklan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Iklan, kepuasan dan loyalitas

ABSTRACT

This research title gets Kuku Bima Energy Influence at television to satisfaction and loyalty PT. Sido Muncul client Banyuwangi Branch Office. Object this analyzed is one of PT.Sido Muncul product Kuku Bima Energy. To the effect this research to test client attention influence to advertising, cognitive gaps, affective's gaps, and client attitude to advertising to satisfaction and loyalty is client. This research utilize skunder's primary and data. Primary data to be taken from response/answer on kuesioner stuffed by Kuku Bima Energy client PT. Sido Muncul Banyuwangi Branch Office. Meanwhile stemmed secondary data of yielding observator's individual research any other.

Samples taking tech utilize *random is samling* with sample amount as much 110 person. Analisis's tool that is utilized is Line Analysis (*Path Analisis*) with signifikansi's zoom (α) as big as 5%. Analisis's result point out client attention to advertising, client gaps to adverting, cognitive's response, and client attitude to signifikan's influential advertising to satisfaction and loyalty is client.

Key word: Advertising, satisfaction, loyalty



PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkah dan rahmatNYA, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun skripsi yang penulis ajukan ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun faktor ketidaksengajaan penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati akan menerima segala kritik maupun saran yang berkaitan dengan untuk perbaikan dalam skripsi ini. Semoga dengan perbaikan maupun saran yang berkaitan untuk perbaikan dalam skripsi ini. Semoga dengan perbaikan maupun saran tersebut akan mewujudkan maksud dan tujuan skripsi ini.

Selanjutnya penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak penulisan skripsi ini tidak akan berjalan sebagaimana mestinya., akhirnya dengan segala kerendahan hati tidak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mohamad Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Hj. Istifadah, MSi selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Suwardi, MM selaku dosen pembimbing I yang dengan perhatian dan kesabarannya telah memberikan dorongan, bimbingan dan saran sampai dengan selesainya penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Siti Aliyati, SE, MSi selaku dosen pembimbing II yang dengan perhatian dan kesabarannya telah memberikan dorongan, bimbingan dan saran sampai dengan selesainya penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini.

6. Seluruh Karyawan dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang membrikan waktunya demi kelancaran penelitian ini.
7. Abah Haeromi Hasyim Spd, MPdi dan Ibu Hj. Istiharoh yang penuh cinta kasih dan kesabaran dalam mendidik saya, yang senantiasa memberikan semangat dan doanya, sehingga dapat menyelesaikan setiap tahap dan proses pendidikan dan cita-cita.
8. Bapak Asma'i dan Ibu Haeriyah yang penuh cinta kasih dan kesabaran dalam mendidik saya, yang senantiasa memberikan semangat dan doanya, sehingga dapat menyelesaikan setiap tahap dan proses pendidikan dan cita-cita.
9. Kakakku tercinta: Mas Taufik, Mas wafa, Mbak A'yun, Mbak Ida yang selalu memberikan dukungan untuk terselesaikanya skripsi ini.
10. Keponakanku tersayang: Tazkia Azizatudhini, Aunindiya Naura Nafisha yang selalu memberikan hiburan dan memberikan semangat untuk terselesaikan skkripsi ini.
11. Sahabat-sahabatku Hadi, Ferdian, Zainal, Topan, Susilo, Nia, Rossi, Rizki dan Hasyim yang telah memberikan semangat, terima kasih atas semuanya.
12. Teman-teman Manajemen Angkatan 2008, terima kasih atas kebersamaan yang begitu indah.

Kepada semua pihak yang telah dengan tulus ikhlas membantu dan mendoakan keberhasilan bagi saya, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, petunjuk, dan bimbinganNya kepada kita semua Amin...!

Ahir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bgi setiap pembaca umumnya.

Jember, Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Persetujuan.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Halaman Motto.....	vi
Abstraksi.....	vii
Prakata.....	x
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran.....	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Peneliti terdahulu	5
2.2 Landasan Teori.....	6
2.2.1 Definisi Periklanan	6
2.2.2 Tujuan dan Fungsi Iklan	7

2.2.3 Kelebihan dan Kelemahan Televisi	10
2.2.4 Iklan Efektif	14
2.2.5 Perhatian (Attention).....	17
2.2.6 Pemahaman.....	19
2.2.7 Respon Kognitif.....	21
2.2.8 Respon Afektif.....	21
2.2.9 Sikap Terhadap Iklan.....	21
2.2.10 Kepuasan Pelanggan.....	22
2.2.11 Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2.12 Mempertahankan Pelanggan.....	23
2.3 Kerangka Konseptual.....	25
2.4 Hipotesis.....	26
BAB 3. METODE PENELITIAN	28
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4 Skala Pengukuran.....	29
3.5 Populasi dan Sampel.....	29
3.5.1 Populasi.....	29
3.5.2 Sampel.....	29
3.6 Identifikasi variable.....	30
3.7 Definisi Operasional.....	31
3.7.1 Variable Bebas.....	31
3.7.2 Endogen Intervening.....	32
3.7.3 Endogen Variable.....	32
3.8 Metode Analisis Data.....	32
3.8.1 Uji Validitas.....	32
3.8.2 Uji Reabilitas.....	33

3.9 Analisis Data.....	34
3.9.1 Analisis Diskriptif.....	34
3.9.2 Analisis Jalur.....	35
3.10 Uji Signifikan.....	39
3.11 Kerangka Pemecahan Masalah.....	42
BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Kondisi Geografis Kecamatan Banyuwangi.....	45
4.1.2 Kondisi Demografis Kecamatan Banyuwangi	45
4.1.3 Karakteristik Responden.....	48
4.2 Statistik Deskriptif Variable Penelitian.....	50
4.2.1 Uji Validitas dan Reabilitas.....	55
4.2.2 Uji Asumsi Path.....	57
4.2.3 Analisis Jalur.....	58
4.2.4 Pengaruh Antar variable.....	64
4.3 Pembahasan	67
4.3.1 Pengaruh perhatian Terhadap Kepuasan Konsumen.....	67
4.3.2 Pengaruh Pemahaman terhadap Iklan	67
4.3.3 Pengaruh Respon Kognitif Terhadap Kepuasan Konsumen.....	68
4.3.4 Pengaruh Respon Afektif Terhadap Kepuasan Konsumen.....	68
4.3.5 Pengaruh Sikap Terhadap Kepuasan Konsumen.....	69
4.3.6 Pengaruh Perhatian Terhadap Loyalitas Kosumen.....	69
4.3.7 Pengaruh Pemahaman Terhadap Loyalitas Konsumen.....	70
4.3.8 Pengaruh Respon Kognitif terhadap Loyalitas Konsumen.....	71`
4.3.9 Pengaruh Respon Afektif Terhadap loyalitas konsumen.....	72
4.3.10 Pengaruh Sikap Terhadap Loyalitas Konsumen.....	73
4.3.11 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	74

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	



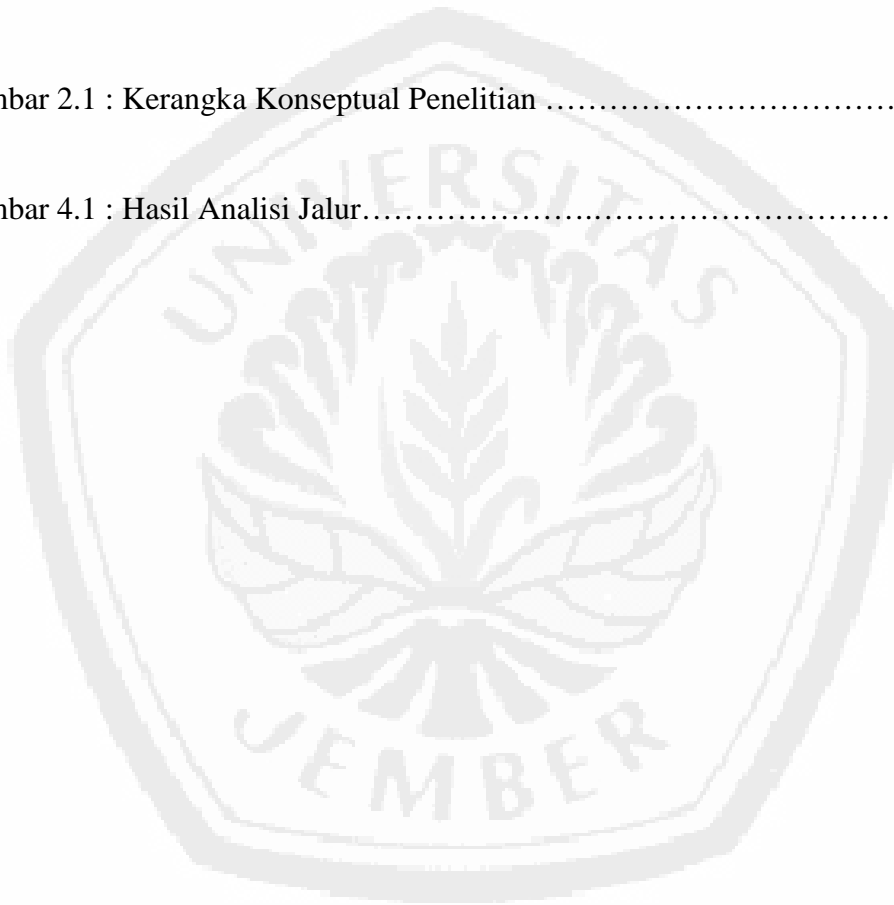
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Tinjauan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	5
Tabel 3.1 : Tabel Frekuensi.....	35
Tabel 3.2 : Persamaan Penelitian Struktural.....	36
Table 4.1 : Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 : Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian.....	45
Tabel 4.3 : Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan.....	46
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.6 : Karakteristik Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.7: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap variable Perhatian Terhadap Iklan	51
Tabel 4.8: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap variable Pemahaman Terhadap Iklan.....	52

Tabel 4.9: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap variable Respon Kognitif	52
Tabel 4.10: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap variable Respon Afektif	53
Tabel 4.11: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap variable sikap	53
Tabel 4.12: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Konsum.....	54
Tabel 4.13: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Loyalitas Konsumen.....	54
Tabel 4.14: Rekapitulasi Hasil Validitas	56
Tabel 4.15: Hasil Uji Reabilitas.....	57
Tabel 4.16: Hasil Uji Kesesuaian Model.....	60
Tabel 4.17: Hasil Uji Kausalitas.....	60
Tabel 4.18: Pengaruh Langsung Variable.....	64
Tabel 4.19: Pengaruh tidak Langsung Antar Variable.....	65
Tabel 4.20: Pengaruh Total Antar Variabel.....	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual Penelitian	25
Gambar 4.1 : Hasil Analisis Jalur.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuesioner	82
2. Profil Responden.....	83
3. Hasil Uji Validitas.....	91
4. Hasil Uji Reabilitas.....	95
5. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	102
Hasil Analisi Jalur.....	120

