



**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.

Tehnik Pengambilan sample menggunakan *random sampling* dengan jumlah sample sebanyak 110 orang. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 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 ( $\alpha$ ) 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, ahirnya 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 senagng 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., ahirnya dengan segala kerendahan hati tidak luopa 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 ahirnya 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 skripsi 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
<b>Halaman Judul .....</b>	<b>i</b>
<b>Halaman Persetujuan .....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Pengesahan.....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Persetujuan.....</b>	<b>iv</b>
<b>Halaman Persembahan.....</b>	<b>v</b>
<b>Halaman Motto.....</b>	<b>vi</b>
<b>Abstraksi.....</b>	<b>vii</b>
<b>Prakata.....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xv</b>
<b>Daftar Gambar.....</b>	<b>xvii</b>
<b>Daftar Lampiran.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
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
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
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
<b>BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>45</b>
4.1.1 Kondisi Geografis Kecamatan Banyuwangi.....	45
4.1.2 Kondisi Demografis Kecamatan Banyuwangi .....	45
4.1.3 Karakteristik Responden.....	48
<b>4.2 Statistik Deskriptif Variable Penelitian.....</b>	<b>50</b>
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
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>67</b>
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

<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>75</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>75</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## 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
Tabel4.12: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Konsum.....	54
Tabel 4.13: Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhap 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 Analisa 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 Analisa Jalur.....	120

