



**PENGARUH PERSEPSI IKLAN KARTU AS DI TELEVISI TERHADAP  
PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN**  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu  
Pendidikan Universitas Jember)

**SKRIPSI**

Oleh

**Sulistyowati**

**NIM 080210391021**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**



**PENGARUH PERSEPSI IKLAN KARTU AS DI TELEVISI TERHADAP  
PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN**  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu  
Pendidikan Universitas Jember)

**SKRIPSI**

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

Oleh

**Sulistyowati**

**NIM 080210391021**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS JEMBER  
2013**

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh kebahagiaan dan rasa syukur yang tak terhingga pada Sang Pencipta, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Alm. Ibunda *Siti Aisyah*, Ayahanda *Niman*, kakak kandungku Tomi, Andika ,dan Heri serta kakak ipar-iparku, adikku satu-satunya yang kusayang Moh. Arifin atas segala doa, kasih sayang, nasehat dan dorongan semangatnya.
2. Bapak dan Ibu dosen Pendidikan Ekonomi Universitas Jember yang relah memberikan ilmu dan bimbingannya dengan penuh kesabaran;
3. Almamater yang aku banggakan Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universitas Jember; dan
4. Semua orang yang telah mengenal dan menjadi temanku.

## MOTTO

*Barang siapa yang menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu pengetahuan, pasti Allah memudahkan jalannya ke surga*  
(HR. Imam Muslim dan Abu Hurairah).

*Orang yang baik bukanlah orang yang tidak pernah melakukan kesalahan, melainkan orang yang mengakui kesalahannya dan kemudian memperbaikinya.*  
(Al-Hadist)

*“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan”*  
(QS. Al Insyiroh: 6)

*“Setiap ada usaha, pasti ada jalan”*

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama : Sulistyowati**

**NIM : 080210391021**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Iklan Kartu As di Televisi Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen** (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa tekanan dan paksaan serta bersedia mendapat sanksi akademik jika pernyataan di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 1 Mei 2013

Yang menyatakan,

**Sulistyowati**  
**Nim 080210391021**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH PERSEPSI IKLAN KARTU AS DI TELEVISI TERHADAP  
PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN**  
(Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu  
Pendidikan Universitas Jember)

### **SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana Strata  
Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Kependidikan  
Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Sulistyowati  
NIM : 080210391021  
Program Studi : Pendidikan Ekonomi  
Angkatan Tahun : 2008  
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 03 Oktober 1989

Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Bambang Suyadi, M.Si  
NIP. 19530605 198403 1 003

Drs. Joko Widodo, M.M  
NIP. 19600217 198603 1 003

## **PENGESAHAN**

Skripsi berjudul “**Pengaruh Persepsi Iklan Kartu As di Televisi Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen** (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember)” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada:

Hari, tanggal : Rabu, 1 Mei 2013

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

Tim Penguji :

Ketua

Sekretaris

**Drs. Bambang Suyadi, M.Si**  
**NIP. 19530605 198403 1 003**

Anggota I

**Drs. Joko Widodo, M.M**  
**NIP. 19600217 198603 1 003**

Anggota II

**Dra. Retna Ngesti S, M.P**  
**NIP. 19670715 199403 2 004**

**. Dr. Sukidin, M.Pd**  
**NIP. 19660323 199301 1 001**

Meengesahkan

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Jember

**Prof. Dr. Sunardi, M.Pd.**  
**NIP. 19540501 198303 1 005**

## RINGKASAN

**“Pengaruh Persepsi Iklan Kartu As Di Televisi Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen** (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember). Sulistyowati, 080210391021; 2013 : 98 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Dengan adanya iklan, suatu produk barang atau jasa dapat diketahui konsumen. Hal ini merupakan proses awal dalam program periklanan yaitu terjadinya persepsi yang menyentuh indra manusia. Sikap positif terhadap suatu produk akan mendorong kepada pembelian. Agar suatu pesan iklan menjadi efektif, proses pengiriman harus berhubungan dengan proses penerimaan kepada penerima. Untuk itu komunikasi harus merancang pesan agar masuk sasarannya. Telkomsel merupakan salah satu perusahaan telekomunikasi yang sudah dikenal masyarakat di Nusantara karena Telkomsel termasuk perusahaan yang paling senior di dunia pertelekomunikasian. Perusahaan ini menjadi produk jasa telekomunikasi seluler GSM pertama yang ada di Indonesia. Lamanya perusahaan ini bisa menjadi salah satu alasan telkomsel memiliki pelanggan terbanyak, seperti yang diungkapkan dalam media cetak saat ini Telkomsel memiliki 125 juta pelanggan yang tersebar di seluruh Indonesia ([www.Solopos.com](http://www.Solopos.com)). Program promosi yang di tawarkan kartu AS adalah Wow Rp.500. promosi ini disesuaikan dengan jumlah pulsa yang dimiliki pelanggan sehingga memberikan kenyamanan bagi pelanggannya. Tarif untuk telepon pada promo WOW Rp.500 adalah Jika pulsa > Rp.500, maka dikenakan tarif Rp. 500 per/30 detik untuk 30 detik pertama, kemudian Rp. 15/detik untuk detik berikutnya untuk tarif SMS ke sesama Telkomsel Rp. 99/SMS. Selain itu dengan program promosi ini pengguna telkomsel akan memperoleh gratis telepon, internet dan sms setelah pemakaian pulsa Rp.500. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Pogram Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan



Ilmu Pendidikan Universitas Jember dengan kriteria sebagai berikut mahasiswa memakai kartu As, dan mahasiswa pernah melihat iklan kartu AS melalui media iklan televisi. Pengambilan populasi ini dilakukan dengan alasan mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2008-2010 memiliki pengetahuan yang cukup tentang periklanan sehingga peneliti mendapatkan data yang valid. Sampel penelitian ini diambil menggunakan metode *proporsional sampling* yaitu pengambilan sampel dari seluruh populai yang diambil secara proposional yang pengambilannya secara random (acak) dengan menggunakan rumus Slovin sehingga terkumpul 72 responden. Pengumpulan data menggunakan instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis inferensial. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, diperoleh persamaan regresi  $Y = 6,545 + 0,182X + e_i$ , sehingga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara iklan terhadap keputusan konsumen membeli kartu As. Dari hasil pengujian secara parsial variabel pemasaran tradisional nilai  $f_{hitung}$  dari variabel iklan (X) lebih besar dari  $f_{Tabel}$  ( $196,080 > 2,45$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini menunjukkan bahwa variabel iklan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku keputusan pembelian konsumen. Koefisien determinan  $R^2$  sebesar 83,8%, sedangkan sisanya 16,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: Persepsi iklan, Keputusan Konsumen

## **PRAKATA**

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul “Pengaruh Persepsi Iklan Kartu Prabayar AS di Televisi Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember)”. Karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan 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. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Sumarjono, M.Si, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dr. Sukidin, M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Drs. Bambang Suyadi, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi serta Dra. Retna Ngesti S, M.Pselaku dosen pembahas dan Dr. Sukidin, M.Pd selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
5. Semua dosen-dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;

6. Kedua orang tua tercinta, Alm. Ibunda *Siti Aisyah* dan Ayahanda *Niman* terima kasih atas segala ketulusan cinta, kasih sayang, arahan, dukungan, pengorbanan, dan doa yang tiada henti.
7. Teman hati yang selalu memberi semangat hidup serta petuahnya “Kambing Jantan Kelas Dunia”. Tidak lupa kakak iparku yang selalu menasehatiku Mama reni dan ponakanku Caca, Dita, Manda yang selalu menghburku.
8. Teman-teman kos KUDA jawa 4 (acy,disti,cico,mb. Eni, lita, vina, ayu, mb farda, dll), terimakasih atas dorongan semangatnya serta terima kasih atas kebersamaannya selama ini
9. Semua teman-teman Pendidikan Ekonomi terutama angkatan 2008 yang senasib dan seperjuangan;
10. Seluruh teman-teman KK-PPL di SMPN 8 Jember (Pu3 noe, poetri Nugraha, iik, nayla, nenong) yang pernah hadir dalam perjalanan studiku di Universitas Jember ini.
11. Semua pihak yang membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

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

**Jember, 1 Mei 2013**  
**Sulistyowati**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	i
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	ii
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	iv
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	v
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	vi
<b>RINGKASAN.....</b>	vii
<b>PRAKATA.....</b>	ix
<b>DAFTAR ISI.....</b>	xi
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	Xvi
<b>DENAH LOKASI .....</b>	xvi
<b>BAB 1. PENDAHULUAN.....</b>	1
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	1
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	6
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	6
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	6
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	8
<b>2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....</b>	8
<b>2.2 Landasan Teori Komunikasi Pemasaran .....</b>	9
<b>2.3 Landasan Teori Persepsi Konsumen .....</b>	11
<b>2.4 Landasan Teori Iklan .....</b>	13
2.4.1 Isi Pesan iklan dalam Merancang Pesan .....	17
2.4.2. Struktur Pesan Iklan dalam Merancang Pesan .....	18

2.4.3.	Landasan Teori Tentang Format Pesan Iklan dalam Merancang Pesan .....	19
2.4.4.	Sumber Pesan Iklan dalam Merancang Pesan .....	20
<b>2.5</b>	<b>Landasan Teori Televisi Sebagai Media Iklan.....</b>	<b>21</b>
2.5.1	Pengertian Televisi Sebagai Media Periklanan .....	21
2.5.2	Keunggulan dan Kelemahan Media Televisi.....	22
<b>2.6</b>	<b>Teori Dasar tentang Keputusan Konsumen dalam Pembelian.....</b>	<b>25</b>
2.6.1	Pengertian Perilaku Konsumen .....	25
2.6.2	Model-model Perilaku Konsumen .....	26
2.6.3	Langkah Perilaku Pembelian.....	28
<b>2.7</b>	<b>Keputusan Pasca Pembelian .....</b>	<b>31</b>
<b>2.8</b>	<b>Pengaruh Iklan terhadap Perilaku Konsumen .....</b>	<b>32</b>
<b>2.9</b>	<b>Kerangka Berpikir .....</b>	<b>35</b>
<b>2.10</b>	<b>Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>35</b>
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
<b>3.1</b>	<b>Rancangan penelitian.....</b>	<b>36</b>
<b>3.2</b>	<b>Lokasi Penelitian.....</b>	<b>36</b>
<b>3.3</b>	<b>Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>37</b>
3.3.1	Sumber Data.....	37
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	37
<b>3.4</b>	<b>Populasi dan Sampel Penelitian.....</b>	<b>38</b>
3.4.1	Populasi Penelitian.....	38
3.4.2	Smpel Penelitian .....	38
<b>3.5</b>	<b>Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>40</b>
3.5.1	Variabel Bebas Iklan (X).....	40
3.5.2	Variabel Terikat ( Y ).....	41
<b>3.6</b>	<b>Teknik Pengolahan Data.....</b>	<b>42</b>

3.6.1 Editing.....	42
3.6.2 Skoring.....	42
3.6.3 Tabulasi.....	43
<b>3.7 Uji Instrumen Penelitian.....</b>	<b>43</b>
3.7.1 Uji Validitas.....	43
3.7.2 Uji Realibilitas.....	44
<b>3.8 Metode Analisis Data .....</b>	<b>45</b>
3.7.3 Analisis Deskriptif.....	45
3.7.4 Analisis Inferensial.....	45
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian.....</b>	<b>48</b>
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	48
4.1.2 Gambaran Umum Periklanan Telkomsel .....	48
4.1.3 Gambaran Umum Produk Kartu As.....	48
4.1.4 Gambaran Umum Responden.....	51
4.1.5 Analisis Deskriptif.....	52
4.1.6 Analisis Inferensial.....	54
4.1.6.1 Hasil Uji Instrumen.....	54
4.1.6.2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	56
4.1.6.3 Koefisien Determinasi .....	56
4.1.6.4 Uji Normalitas .....	57
4.1.6.5 Uji f .....	57
<b>4.2 Pembahasan dan Implikasi Hasil Penelitian .....</b>	<b>58</b>
<b>BAB 5. Kesimpulan dan Saran .....</b>	<b>62</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>62</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>62</b>
<b>Daftar Bacaan.....</b>	<b>63</b>
<b>Lampiran-lampiran.....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Kriteria r alpha .....	43
4.1 Komposisi Responden Berdasarkan Angkatan Kuliah .....	51
4.2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.3 Penilaian Responden Pada Iklan .....	52
4.4 Penilaian Responden Pada Keputusan Pembelian .....	54
4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
4.6 Kriteria Uji Reliabilitas Instrument Penelitian.....	56
4.7 Hasil Ringkasan Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
4.8 Hasil Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	57
4.9 Hasil Uji f .....	58

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Proses keputusan pembelian.....	28
2.2 Hubungan iklan dengan perilaku konsumen.....	33
2.3 Kerangka Berfikir .....	35
4.1 Hasil Uji Normalitas.....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1.....	68
2. Lampiran 2.....	69
3. Lampiran 3.....	70
4. Lampiran 4.....	76
5. Lampiran 5.....	77
6. Lampiran 6.....	78
7. Lampiran 7.....	88
8. Lampiran 8.....	89
9. Lampiran 9.....	92
10. Lampiran10.....	95
11. Lampiran 11.....	99
12. Lampiran 12.....	100
13. Lampiran 13.....	103
14. Lampiran 14.....	104
15. Lampiran 15.....	105

# Denah Lokasi Universitas Jember

