



**VARIABEL IKLAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO J
YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER**

***VARIABLE MOTORCYCLE YAMAHA MIO J ADVERTISING THAT INFLUENCE
A CONSUMER BUYING DECISION
IN URBAN AREAS JEMBER***

SKRIPSI

Oleh

OKI PRIYO GUNAWAN

NIM : 070810291041

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2013



**VARIABEL IKLAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO J
YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh

OKI PRIYO GUNAWAN

NIM : 070810291041

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2013

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Oki Priyo Gunawan

NIM : 070810291041

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Variabel Iklan Motor Yamaha MIO J yang berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Wilayah Perkotaan Jember.**

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.

Jember, 1 April 2013

Yang menyatakan,

Oki Priyo Gunawan
NIM 070810291041

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul skripsi : Variabel Iklan Motor Yamaha MIO J yang berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Wilayah Perkotaan Jember

Nama : Oki Priyo Gunawan

NIM : 070810291041

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. M. Dimyati, SE, M.Si
NIP. 19670421 199403 1 008

Ema Desia Prajitisari, SE, MM
NIP. 19791221 200812 2 002

Ketua Jurusan
Manajemen

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

JUDUL SKRIPSI

**VARIABEL IKLAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO J YANG BERPENGARUH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER.**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Oki Priyo Gunawan.

NIM : 070810291041.

Jurusan : Manajemen.

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal:

5 Maret 2013

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 : Prof. Dr. H. R. Andi sularso, MSM. :
NIP. 19600413 198603 1 002

Sekretaris : Ema Desia Prajitiasari, SE, MM :
NIP. 19791221 200812 2 002

Anggota : Dr. M. Dimyati, SE, M.Si :
NIP. 19670421 199403 1 008

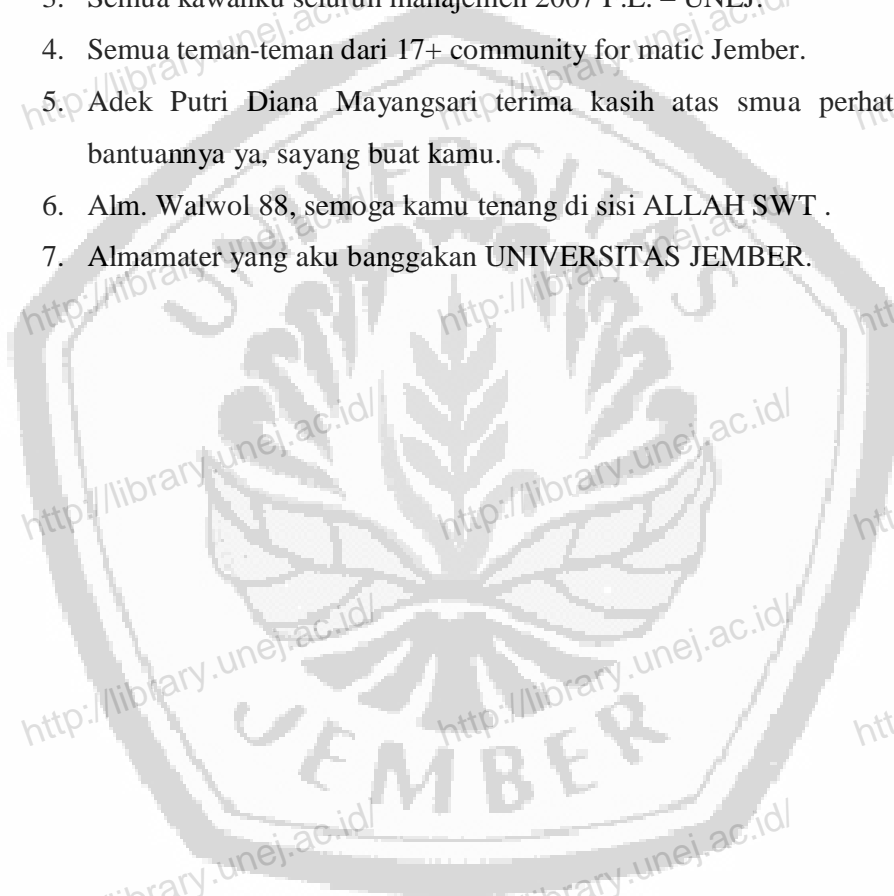
Mengetahui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada ;

1. Kedua orang tuaku tercinta, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini.
2. Semua saudaraku terimakasih dukungannya.
3. Semua kawanku seluruh manajemen 2007 F.E. – UNEJ.
4. Semua teman-teman dari 17+ community for matic Jember.
5. Adek Putri Diana Mayangsari terima kasih atas semua perhatian dan bantuannya ya, sayang buat kamu.
6. Alm. Walwol 88, semoga kamu tenang di sisi ALLAH SWT .
7. Almamater yang aku banggakan UNIVERSITAS JEMBER.



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Guru terbesar adalah pengalaman, keberanian terbesar adalah kesabaran,
kesalahan terbesar adalah putus asa, dosa terbesar adalah takut,

kebanggaan terbesar adalah kepercayaan, pemberian terbesar adalah
partisipasi, modal terbesar adalah percaya diri, rahasia terbesar adalah
kematian.

(Ali Bin Abu Thalib)

Dan bahwa setiap pengalaman mestilah dimasukkan ke dalam kehidupan
untuk memperkaya kehidupan itu, karena tiada kata akhir untuk belajar
seperti juga tiada akhir untuk kehidupan. Dan tugas paling sulit dalam
hidup adalah belajar untuk sabar.

(Annemarie Schimel)



VARIABEL IKLAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO J

YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER

SKRIPSI

Oleh

OKI PRIYO GUNAWAN

NIM : 070810291041

Pebimbing

Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si

NIP. 19670421 199403 1 008

Ema Desia Prajitiasari, SE, MM

NIP. 19791221 200812 2 002

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul :

“VARIABEL IKLAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO J YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER”

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

- a. Bapak Dr. H. Moch Saleh M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b. Bapak Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si dan Ibu Ema Desia Prajitiasari, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan perhatian dan kesabaran untuk meluangkan waktu, tenaga, pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat pada penyusunan skripsi ini.
- c. Ibu Dr. Istifadah, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- d. Bapak Prof. Dr. H.R. Andi Sularso, MSM selaku penguji Ujian skripsi dan pendadaran.
- e. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- f. Specially thank's for ALLAH SWT dan keyakinanku yang telah memberikan kesejukan dan ketenangan.

- g. Kedua orang tua dan keluargaku, Bapak dan Ibu terima kasih atas kasih sayang, doa, perhatian, dan semuanya yang telah kalian berikan untukku selama ini. Buat semua kakakku, terima kasih atas semua bantuan dari materil ataupun non materil.
- h. Teman-temanku Manajemen 2007 terima kasih atas kebersamaan kalian selama ini, semoga kita semua sukses.
- i. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, perhatian, dorongan, dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Bagi semua pihak yang memberikan bantuan dan dukungan dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih.

Penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna, maka kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga karya akhir ini dapat memberikan manfaat.

Amin

Jember, Maret 2013

Penulis

RINGKASAN

Skripsi ini berjudul “VARIABEL IKLAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO J YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER “. Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut iklan (Isi pesan, Struktur pesan, Format pesan dan Sumber pesan) terhadap keputusan pembelian konsumen di wilayah perkotaan Kabupaten Jember terhadap sepeda motor Yamaha Mio J. Penelitian ini menggunakan metode survey yang penyelidikannya dilakukan untuk memperoleh fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara factual, dimana informasi dikumpulkan dari jawaban responden yang dijadikan objek penelitian dengan memberikan kuisioner. Metode analisis data menggunakan analisis faktor regresi confirmatory. Populasi penelitian ini adalah konsumen di wilayah perkotaan Kabupaten Jember yang membeli sepeda motor Yamaha Mio J. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Adapun yang menjadi sampel adalah konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha Mio J di wilayah perkotaan Kabupaten Jember. Jumlah sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan regresi dengan pendekatan Konfirmatori yang dimana jumlah sampel minimal yaitu 100 responden (Dimiyati, 2009:38). Diambil jumlah sampel minimal agar mempermudah menganalisis data. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel isi pesan, struktur pesan, format pesan dan sumber pesan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada sepeda motor Yamaha Mio J.

Kata Kunci : isi pesan, struktur pesan, format pesan, sumber pesan, keputusan pembelian

SUMMARY

This thesis entitled "VARIABLE MOTORCYCLE YAMAHA MIO J ADVERTISING THAT INFLUENCE A CONSUMER BUYING DECISION IN URBAN AREAS JEMBER". In general, this study aimed to analyze the influence of advertising attributes (message content, message structure, message format and message source) on consumer purchasing decisions in urban areas Jember against Yamaha Mio J motorcycles. This study uses a survey conducted investigations to obtain facts from existing symptoms and seek factual information, where the information gathered from respondents who were subjected to experiments by giving questionnaires. Methods of data analysis using confirmatory factor analysis regresi. The population was urban consumers who buy Jember Yamaha Mio J motorcycles. The samples in this study using purposive sampling method. As for the sample is the consumers who buy Yamaha Mio J motorcycles in urban areas Jember. The number of samples in this study by using a regression with a Confirmatory approach where a minimum sample size of 100 respondents (Dimiyati, 2009:38). Minimum number of samples taken to make it easier to analyze the data. Based on the analysis conducted in this study, it can be concluded that the variable message content, message structure, message format and message source significantly influence consumers' purchasing decisions on Yamaha Mio J motorcycles.

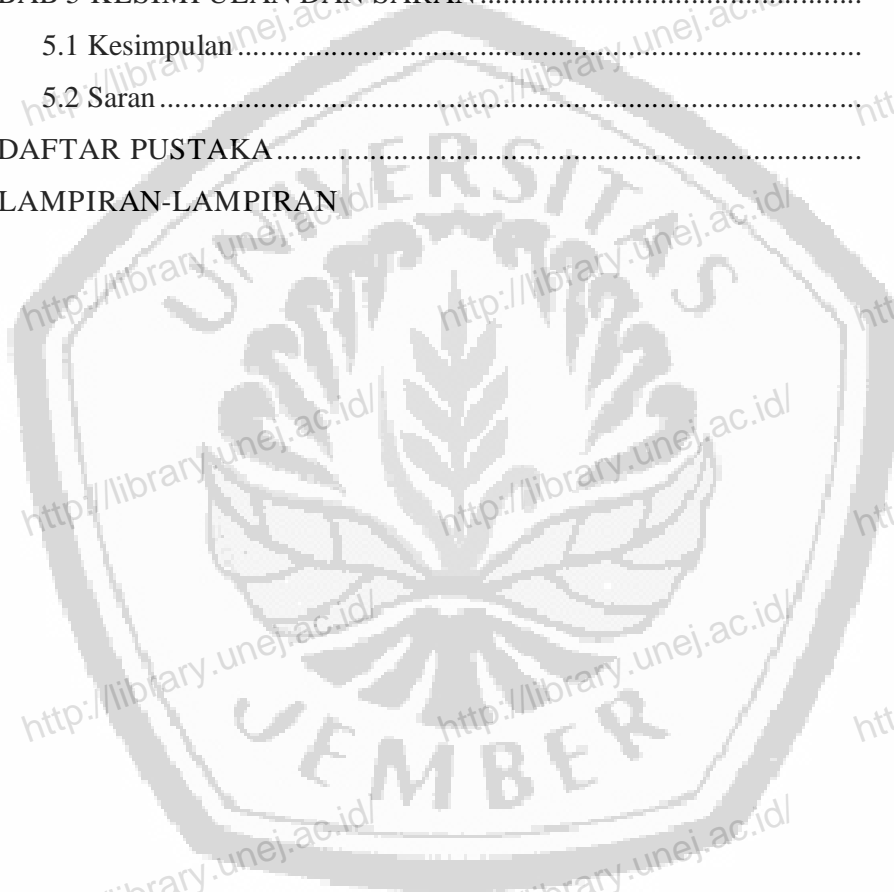
Keywords : message content, message structure, message format, message source, the purchase decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
PRAKATA	vii
RINGKASAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Perilaku Konsumen	7
2.1.2. Komunikasi Pemasaran	13
2.1.3. Arti Dan Manfaat Iklan	16
2.1.4. Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Kerangka Konseptual	23
2.4. Hipotesis	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	26
3.1 Rancangan Penelitian	26
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian	26

3.3	Jenis dan Sumber Data	27
3.3.1	Jenis Data	27
3.3.2	Sumber Data.....	27
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5	Identifikasi Variabel	28
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	29
3.7	Skala Pengukuran	32
3.8	Uji Instrumen	32
3.9	Teknik Analisis Data	33
3.10	Analisis Regresi dengan Pendekatan Confirmatory.....	35
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Hasil Penelitian	42
4.1.1	Gambaran Wilayah Perkotaan kabupaten Jember	42
4.1.1.1	Kecamatan Kaliwates.....	42
4.1.1.2	Kecamatan Sumbersari.....	43
4.1.1.3	Kecamatan Patrang	44
4.1.2	Gambaran Umum PT. Yamaha Indonesia	44
4.1.3	Gambaran Umum Produk Yamaha Mio	46
4.1.4	Profil Responden	47
4.1.5	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	49
4.1.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.1.7	Uji Asumsi Model.....	58
4.1.8	Analisis Regresi dengan Pendekatan Confirmatory	59
4.2	Pembahasan.....	62
4.2.1	Pengaruh Variabel Isi Pesan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Yamaha Mio J.....	62
4.2.2	Pengaruh Variabel Struktur Pesan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Yamaha Mio J.....	63

4.2.3 Pengaruh Variabel Format Pesan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha Mio J	64
4.2.4 Pengaruh Variabel Sumber Pesan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha Mio J	65
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Model Perilaku Konsumen.....	8
2.2 Peneliti Terdahulu	21
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
3.1 Goodness Of Fit Test.....	38
4.1 Umur Responden Pengguna sepeda motor Yamaha Mio J	48
4.2 Pekerjaan Responden Pengguna sepeda motor Yamaha Mio J	48
4.3 Frekuensi Melihat Iklan Sepeda Motor Yamaha Mio J	48
4.4 Penilaian Responden Pada Isi iklan(X_1).....	49
4.5 Penilaian Responden Pada Struktur Pesan (X_2).....	50
4.6. Penilaian Responden Pada Format Pesan (X_3).....	52
4.7 Penilaian Responden Pada Sumber pesan (X_4)	53
4.8 Penilaian Responden Pada Keputusan Pembelian (Y).....	55
4.9 Hasil Uji Validitas.....	56
4.10 Hasil Reliabilitas	57
4.11 Indeks Kesesuaian Regresi dengan Pendekatan Confirmatory	59
4.12 Hasil Uji Regresi dengan Pendekatan Confirmatory	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	9
2.2 Model Perilaku Konsumen	11
2.3 Kerangka Konseptual	23
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	40
4.1 Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda motor Yamaha	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner	73
2. Data Responden.....	78
3. Frekuensi Data Responden	80
4. Rekapitulasi Hasil Kuesioner	81
5. Frekuensi Kuesioner	83
6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	88
7. Hasil Analisis Regresi Pendekatan Confirmatory	92

