

**HUBUNGAN ANTARA IKLAN SHAMPOO DENGAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi kasus pada Mahasiswa S-1 Non Reguler (Ekstensi)  
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga)**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapitugas akhir dan memenuhi syarat-syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga  
program S-1 Non Reguler dan mencapai gelar Sarjana Sosial



Oleh :

**Dian Agung Praminta**  
**010910292306**

Pembimbing I

**Drs. Sugeng Iswono, MA**  
**NIP.131 415 664**

Pembimbing II

**Drs. Sutrisno, M.Si**  
**NIP.131 472 794**

**PROGRAM S-1 NON REGULER (EKSTENSI)  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2005**

## **MOTTO**

Dalam Komunikasi Ada 3 Hal Yang Harus Anda Ingat,  
Yaitu, Tangkap Mereka, Pegang Mereka, dan  
Yakinkan Mereka!

(Ratna Noviani, 2002:23)

## PENGESAHAN

Diterima dan Dipertahankan di depan Panitia Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Ilmu Administrasi Niaga Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Program S-1 Non-Reguler (Ekstensi)

Pada Hari : Jum'at  
Tanggal : 24 Maret 2006  
Jam : 18.00 WIB  
Dinyatakan : Lulus

## PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Drs. Didik Eko Julianto  
NIP. 131 832 303

Drs. Sugeng Iswono, MA  
NIP. 131 415 664

## ANGGOTA TIM PENGUJI

1. Drs. Totok Supriyanto ( )
2. Drs. Sutrisno, M.Si ( )

MENGETAHUI  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Jember  
Dekan

Dr. H. Uung Nasdia, B.Sw, MS  
NIP. 130 674 836

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ibunda Endang Lifayati dan Ayahanda Tri Djoko tercinta yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang saya serta pengorbanan selama ini;
2. Adikku tercinta Fajar Sukmana Amrouzy yang selalu memberikan keceriaan dan kebahagiaan dalam keluarga.
3. Almamater yang aku banggakan.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat, Taufiq dan Hidayah-Nya sehingga penulisan Tugas Akhir (Skripsi) yang berjudul **“Hubungan Antara Iklan Shampo Dengan Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa S-1 Non Reguler (Ekstensi) Program Studi Ilmu Administrasi Niaga)”** dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat dan salam semoga terlimpahkan pada Baginda Nabi Muhammad Saw beserta keluarganya.

Penulisan Tugas Akhir (Skripsi) ini diajukan sebagai salah satu syarat penyelesaian Pendidikan Program Strata Satu (S-1) pada Program S-1 Non Reguler (Ekstensi), Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember. Oleh karena itu dengan terselesaikannya Tugas Akhir (Skripsi) ini, Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak. Dr. H. Ung Nasdia, B.Sw, MS selaku Dekan FISIP Universitas Jember.
2. Bapak. Drs. Rahmat Murjana S, MM selaku Ketua Program S-1 Non Reguler (Ekstensi), Program Studi Ilmu Administrasi Niaga.
3. Bapak. Drs. H. Sugeng Iswono, MA selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing serta mengarahkan penelitian dan penulisan Skripsi ini.
4. Bapak. Drs. Sutrisno, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyempurnakan penulisan Skripsi ini.
5. Ibu. Dra. Hj. Dwi Windradini. BP, M.Si selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan selama Studi.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan kepada Penulis.
7. Semua pihak yang telah berperan dalam penulisan Skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 24 Maret 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Motto .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Halaman Persembahan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi .....	vii
Daftar Gambar .....	x
Daftar Tabel .....	xi
Ringkasan .....	xiv
<b>I. Pendahuluan</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	6
1.4 Konsepsi Dasar	
1.4.1 Konsep Pemasaran .....	7
1.4.2 Bauran Pemasaran .....	9
1.4.3 Bauran Promosi .....	12
1.4.4 Periklanan .....	13
1.4.5 Perilaku Konsumen .....	21
1.4.6 Sikap Konsumen dan Karakteristiknya .....	28
1.4.6 Hubungan Iklan Televisi Swasta terhadap Keputusan Pembelian .....	29
1.5 Model Analisis .....	30
1.6 Hipotesis .....	30

1.7	Operasionalisasi Konsep	
1.7.1	Tayangan Iklan Shampo pada Televisi Swasta (variabel bebas).....	32
1.7.2	Keputusan Pembelian .....	33
1.8	Metode Penelitian	
1.8.1	Tipe Penelitian .....	34
1.8.2	Tahap Persiapan .....	34
1.8.3	Tahap Pengumpulan Data.....	38
1.8.4	Tahap Pengolahan Data.....	38
1.8.5	Analisis Data.....	39
1.10	Kesimpulan.....	42
II.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	
2.1	Sejarah Singkat dan Perkembangan FISIP UNEJ .....	43
2.2	Visi, Misi dan Tujuan FISIP	
2.2.1	Visi FISIP .....	46
2.2.2	Misi FISIP.....	46
2.2.3	Tujuan FISIP.....	46
2.3	Struktur Organisasi FISIP .....	48
2.4	Tata Kerja Pimpinan FISIP .....	50
2.5	Susunan Personalia Pimpinan FISIP.....	51
2.6	Organisasi Kemahasiswaan.....	52
III	Analisa Data dan Pembahasan	
3.1	Deskripsi Umum Responden.....	54
3.2	Analisis Frekuensi	
3.2.1	Penilaian Responden terhadap Komponen Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta.....	57
3.2.2	Penilaian Responden terhadap Keputusan Pembelian .....	70
3.3	Analisis Tabel.....	74
3.4	Pembahasan .....	86



IV	Kesimpulan dan Saran	
4.1	Kesimpulan.....	90
4.2	Saran .....	91
	Daftar Pustaka	
	Lampiran-lampiran	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
1. Model Perilaku Konsumen.....	22
2. Model Proses Pembelian Lima Tahap .....	24
3. Model Analisis.....	30
4. Struktur Organisasi FISIP UNEJ .....	48

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Porsi Belanja Iklan tahun 2000-2004.....	3
2. Perbandingan Tayangan Iklan Shampo pada Televisi Swasta dan Nasional .....	4
3. Tayangan Iklan Shampo di Stasiun Televisi Swasta .....	5
4. Populasi Mahasiswa S-1 Non Reguler angkatan 2002-2004 .....	35
5. Sampel Penelitian Mahasiswa S-1 Non Reguler .....	37
6. Deskripsi Umum Mengenai Usia Responden.....	54
7. Deskripsi Umum Mengenai Angkatan Mahasiswa .....	55
8. Deskripsi Umum Mengenai Uang Saku Per Bulan .....	55
9. Deskripsi Umum Mengenai Jenis Kelamin.....	56
10. Penilaian Responden terhadap Rangkaian Kata-kata dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	57
11. Penilaian Keputusan Membeli Mahasiswa terhadap Rangkaian Kata-kata dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta.....	58
12. Penilaian Responden terhadap Musik dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	58
13. Penilaian Keputusan Membeli Mahasiswa terhadap Musik dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	59
14. Penilaian Responden terhadap Ilustrasi Warna dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta.....	60
15. Penilaian Keputusan Membeli Mahasiswa terhadap Ilustrasi Warna dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	61
16. Penilaian Responden terhadap Demonstrasi dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta.....	61
17. Penilaian Keputusan Membeli Mahasiswa terhadap Demonstrasi dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta.....	62
18. Penilaian Responden terhadap Figur dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	63

19. Penilaian Keputusan Membeli Mahasiswa terhadap Figur dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	63
20. Penilaian Responden terhadap Informasi dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta.....	64
21. Penilaian Keputusan Membeli Mahasiswa terhadap Informasi dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	65
22. Penilaian Responden terhadap Unsur Hiburan dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	66
23. Penilaian Keputusan Membeli Mahasiswa terhadap Unsur Hiburan dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	66
24. Penilaian Responden terhadap Unsur Pendidikan dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	67
25. Penilaian Keputusan Membeli Mahasiswa terhadap Unsur Pendidikan dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta.....	68
26. Penilaian Responden terhadap Unsur Etika dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta.....	68
27. Penilaian Keputusan Membeli Mahasiswa terhadap Unsur Etika dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	69
28. Penilaian Responden terhadap Kemasan dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	70
29. Penilaian Keputusan Membeli Mahasiswa terhadap Kemasan dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	71
30. Penilaian Responden terhadap Kualitas dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	71
31. Penilaian Keputusan Membeli Mahasiswa terhadap Kualitas dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	72
32. Penilaian Responden terhadap Harga dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	73
33. Penilaian Keputusan Membeli Mahasiswa terhadap Harga dalam Iklan Shampo pada Tayangan Televisi Swasta .....	73

## RINGKASAN

**Hubungan antara iklan shampo dengan keputusan pembelian (pada Mahasiswa S-1 Non Reguler (Ekstensi) Program Studi Ilmu Administrasi Niaga)**, Dian Agung Praminta, Sugeng Iswono, Sutrisno, Program S-1 Non Reguler (Ekstensi), Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Penelitian berjudul hubungan antara iklan shampo dengan keputusan pembelian (pada Mahasiswa S-1 Non Reguler (Ekstensi) Program Studi Ilmu Administrasi Niaga) dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan iklan shampo pada tayangan televisi swasta dengan keputusan pembelian Mahasiswa S-1 Non Reguler (Ekstensi) Program Studi Ilmu Administrasi Niaga.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan tipe penelitian *deskriptif* dengan pendekatan *kuantitatif*. Sedangkan lokasi yang menjadi obyek penelitian adalah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Program Studi S-1 Non Reguler (Ekstensi) Jember pada tahun 2005. Dalam penelitian ini juga terdapat metode pemilihan sampel yang menggunakan teknik *proportional random sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan penyebaran kuisioner. Metode analisis data adalah mengolah data yang sudah terkumpul sehingga dapat mengambil suatu kesimpulan. Sedangkan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan koefisien korelasi *Rank Spearman*.