



**ANALISIS PENGARUH PESAN IKLAN TEH SARIWANGI DI TELEVISI
SWASTA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA IBU-IBU
RUMAH TANGGA KOTA JEMBER**

SKRIPSI

oleh :
CORRY PUTRI IKAWATI
NIM 070810201037

**JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**ANALISIS PENGARUH PESAN IKLAN TEH SARIWANGI DI TELEVISI
SWASTA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA IBU-IBU
RUMAH TANGGA KOTA JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan program studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

oleh

**CORRY PUTRI IKAWATI
NIM 0708110201037**

**JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Corry Putri Ikawati
NIM : 070810201037
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Pesan Iklan Teh Sariwangi Di Televisi Swasta Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Kota Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian 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, 6 September 2011
Yang menyatakan

CORRY PUTRI IKAWATI
NIM. 070810201037

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH PESAN IKLAN TEH SARIWANGI DI TELEVISI SWASTA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA IBU-IBU RUMAH TANGGA KOTA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : CORRY PUTRI IKAWATI

NIM : 070810201037

Jurusan : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal :

4 Oktober 2011

dan dinyatakan telah mengikuti syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Imam Suroso, SE, M.Si :
NIP. 19591013 198802 1 001

Sekretaris : Wiji Utami, SE, M.Si :
NIP. 19740120 200012 2 001

Anggota : Drs. H. Abdul Halim, M.Si :
NIP. 19501221 197801 1 001

Mengetahui/Menyetujui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi Dekan

Prof. Dr. Mohammad Saleh, M. Sc
NIP 19560831 198403 1 002

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : CORRY PUTRI IKAWATI
NIM : 070810201037
JURUSAN : Manajemen Pemasaran
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
JUDUL : ANALISIS PENGARUH PESAN IKLAN TEH
SARIWANGI DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA IBU-IBU RUMAH TANGGA
KABUPATEN JEMBER

Jember, September 2011

Telah disetujui oleh,

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Drs. H. Abdul Halim, M.Si
NIP. 19501221 197801 1001

Ika Barokah, SE, MM
NIP. 19780525 200312 2002

Ketua Jurusan,

Dr. Istifadah, M.,Si
NIP. 19661020 199002 2001

PERSEMBAHAN

Karya Tulis ini saya persembahkan untuk:

1. Orang Tuaku tercinta Bapak Tri Suharsono dan Ibu Eny Panca Sudarwati yang selalu memberikan nasihat dan do'a yang tiada henti dengan ketulusan hati untuk keberhasilan dan kebahagiaanku hingga aku menyelesaikan studiku;
2. Adikku Dewi Dwi Octawati yang selalu memberikan dukungan, senyum, canda serta kritikan yang membangun;
3. Sahabat-sahabatku mulai dari SD sampai SMA, terimakasih banyak karena kalian selalu memberikan warna dalam hidupku yang akan selalu ada dalam ingatanku;
4. Semua orang yang dekat dengan aku, terimakasih selalu mendukung dan memberikan perhatiannya;
5. Teman-teman Manajemen 2007 yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu, terimakasih banyak atas perhatian dan dukungannya selama ini;
6. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang senantiasa kujunjung tinggi.

MOTTO

Berbahagialah atas apa yang kau dapat hari ini dan berusaha serta memohonlah kepada Allah SWT untuk kebaikan hari esok.

(Nabi Muhammad SAW)

Dalam masalah hati nurani, pikiran pertamalah yang terbaik.
Dalam masalah kebijaksanaan, pemikiran terakhirlah yang paling baik.

(Robert Hall)

Menjadi tua adalah pasti tetapi menjadi bijaksana adalah pilihan

(penulis)

ABSTRACT

This study entitled "Analysis of Effect of Tea Sariwangi Messages on Television Advertising Against Buying Decision On Mother-Housewife Jember regency". The purpose of this study to determine and analyze the effect of Content Advertising, Structure Advertising and Format Advertising Tea Sariwangi of Buying Decision on Mother Housewife Jember. The data used in this study are primary data and secondary data. Primary data in this study is in the form of answers to the question naire respondents to questions made by the researcher. Secondary data is data obtained from other parties who helped and not done by the collecting. The sampling technique used was purposive sampling technique with a number of respondents as many as 80 people. Methods of data analysts used in this study is the method of Multiple Linier Regression Analysis. In the ad message content variables has a fairly strong influence on purchasing decisions if with two other variables. The advice can be given through this research is the company expected a higher priority on increasing the purchasing decision is by way of better understand anymore what is desired and needed by costumers.

Keywords : Content advertising, Structure advertising and Format advertising.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat ALLAH SWT atas rahmat dan ridhoNya, karena tanpaNya tidak ada suatu pemikiran dan kegiatan yang dapat terlaksana. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Pesan Iklan Teh Sariwangi di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Kabupaten Jember (Studi Kasus Pada Wilayah Perkotaan yaitu Kecamatan Sumpalsari, Patrang dan Kaliwates)” dengan lancar.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun faktor kealpaan penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati akan menerima segala kritik dan saran yang berkaitan untuk perbaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusun skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Ibu Dr. Istifadah, M,.Si selaku ketua jurusan manajemen;
3. Bapak Drs. H. Abdul Halim, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
4. Ibu Ika Barokah, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang juga telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
5. Kedua orang tuaku serta adikku yang tak pernah lelah memberikan doa, dukungan dan nasehat;
6. Sahabat-sahabat serta semua orang yang dekat dengan aku, terimakasih selalu memberiku semangat, doa dan perhatiannya;
7. Teman-teman Manajemen Angkatan 2007, terimakasih atas dukungan dan kebersamaannya yang begitu indah selama ini;

8. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu;

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

Jember, September 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Alasan Pemilihan Judul	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5
BAB 2. Tinjauan Pustaka	6
2.1 Kajian Empiris	6
2.2 Kajian Teoritis	7
2.3 Kerangka Konseptual	18
2.4 Hipotesis	18

	halaman
BAB 3. Metode Penelitian	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Jenis dan Sumber Data	19
3.3 Populasi dan Sampel	19
3.4 Metode Pengumpulan Data	20
3.5 Identifikasi Variabel	21
3.6 Definisi Operasional Variabel dan Teknik Pengukuran	21
3.7 Pengujian Instrumen	23
3.8 Metode Analisis Data	25
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	27
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Jember.....	30
4.2 Gambaran Umum PT Unilever dan Teh Sariwangi	32
4.3 Analisis Deskriptif Responden	36
4.4 Hasil Analisis	39
4.5 Pembahasan	45
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	6
3.1 Tabel Pembagian Sampel.....	20
4.1 Hasil Uji Validitas	35
4.2 Hasil Uji Reliabilitas	35
4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Isi Iklan	36
4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Struktur Iklan	37
4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Format Iklan	37
4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Keputusan Pembelian	38
4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	39
4.8 <i>Collinearity Statistic</i>	41
4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	41
4.10 Hasil Uji F	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 Proses Pengambilan Keputusan	16
2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	17
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	27
4.1 Grafik Durbin Watson.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Jawaban Kuisisioner Untuk Mengetahui Pengaruh Pesan Iklan Sariwangi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ibu-ibu Rumah Tangga

Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas