



**ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN TELEVISI SWASTA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DETERJEN
MEREK RINSO ANTI NODA PADA MASYARAKAT
KOTA JEMBER**

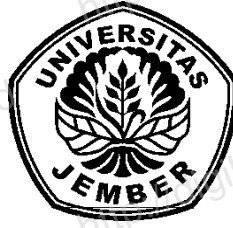
SKRIPSI

Oleh

**ROBBY PRASETYA HERLAMBAANG
NIM.070810201106**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012



**ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN TELEVISI SWASTA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DETERJEN
MEREK RINSO ANTI NODA PADA MASYARAKAT
KOTA JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh

**ROBBY PRASETYA HERLAMBAH
NIM. 070810201106**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL : ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN TELEVISI SWASTA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DETERJEN MEREK RINSO ANTI NODA PADA MASYARAKAT KOTAJEMBER
NAMA : ROBBY PRASETYA HERLAMBAANG
NIM : 070810201106
JURUSAN : MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, SE, M.Si
NIP19591013 198802 1 001

Drs. Eka Bambang G., MM
NIP19670219 199203 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Prof. Dr. IstiFadah, S.E, M.Si
NIP19661020 199002 2 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Alm. Ayahanda Imam Bachtiar Effendy dan bunda Dwi Lestary tercinta, yang senantiasa mendoakan dan memberikankasih sayangnyaselamaini;
2. Kakak tersayang Pungky Fentyana D.L, Citra Dewi K.W, Ahmad Mulyono, dan Jeffri Ariyudha, sertaseluruhkeluargabesar Soewarniyang memberikuseangatdanmotivasidalamkebersamaan;
3. Guru-gurukusejaktamankanak-kanaksampaidenganperguruantinggi, yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang tak ternilai harganya;
4. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember.



MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum,
sebelum kaum itu merubah nasib mereka sendiri

(QS. Al-Rad : 11)

“Karenasungguhnya sudah kesulitan itu adakemudahan. Sesungguhnya sudah kesulitan adakemudahan”.

(QS. Al-Insyirah :5-6)



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

NAMA : ROBBY PRASETYA HERLAMBANG

NIM : 070810201106

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul
“Analisis Pengaruh Media Iklan Televisi Swasta Terhadap Keputusan Pembelian
dan Kepuasan Konsumen Deterjen Merek Rinso Anti Noda Pada Masyarakat
Kota Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang
sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi mana pun,
dan bukan karya jiplakan.
Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenarannya sesuai dengan sikap ilmiah
yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,
tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun
serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak
akbenar.

Jember, juni 2012

Yang menyatakan,

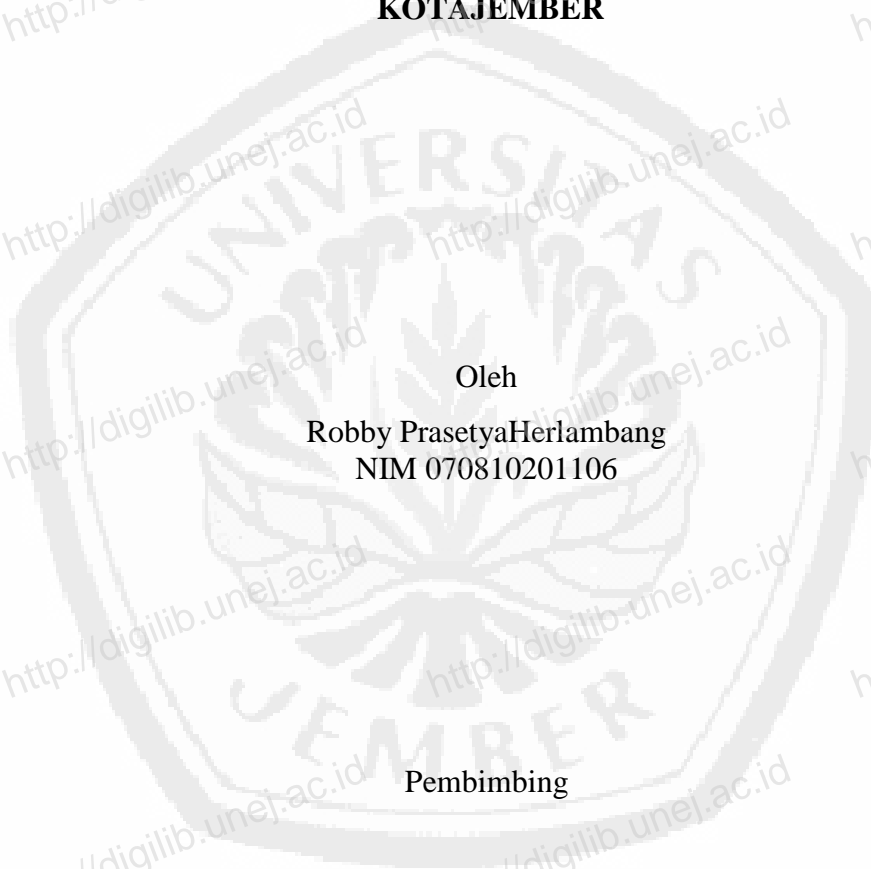


(Robby Prasetya Herlambang)

NIM 070810201106

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN TELEVISI SWASTA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DETERJEN
MEREK RINSO ANTI NODA PADA MASYARAKAT
KOTAJEMBER**



Oleh

Robby PrasetyaHerlambang
NIM 070810201106

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama

: Dr. Imam Suroso, SE, M.Si

Dosen Pembimbing Anggota

: Drs. Eka Bambang G., MM



PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN TELEVISI SWASTA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN KONSUMEN
DETERJEN MEREK RINSO ANTI NODA PADA MASYARAKAT
KOTA JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Robby Prasetya Herlambang
NIM : 070810201106
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal 30 Mei 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : **Drs. Hadi Wahyono, M.M** :.....
NIP. 19540109 198203 1003

Sekretaris : **Drs. Eka Bambang G., MM** :.....
NIP. 19670219 199203 1 001

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



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc

NIP. 19560831 198403 1 002

RINGKASAN

Analisis Pengaruh Media Iklan Televisi Swasta Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Deterjen Merek Rinso Anti Noda Pada Masyarakat Kota Jember; Robby Prasetya Herlambang, 070810201106; 2012: 76 Halaman; Jurusan Ekonomi Universitas Jember.

Iklan merupakan salah satu instrumen pemasaran modern yang aktivitasnya didasarkan pada konsep komunikasi. Komunikasi pemasaran memegang peranan yang sangat penting bagi produsen. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh isi, struktur, sumber dan format iklan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen deterjen merek Rinso Anti Noda pada konsumen di kota Jember.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota Jember yang pernah memakai deterjen merek Rinso di kawasan kota Jember. Metode pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling*. Jumlah sampel adalah 90 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SEM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa; (1) ada pengaruh signifikan isi iklan terhadap keputusan pembelian deterjen merek Rinso Anti Noda pada konsumen di kota Jember; (2) ada pengaruh signifikan struktur iklan terhadap keputusan pembelian deterjen merek Rinso Anti Noda pada konsumen di kota Jember; (3) ada pengaruh signifikan format iklan terhadap keputusan pembelian deterjen merek Rinso Anti Noda pada konsumen di kota Jember; (4) ada pengaruh signifikan sumber iklan terhadap keputusan pembelian deterjen merek Rinso Anti Noda pada konsumen di kota Jember; (5) ada pengaruh signifikan isi iklan terhadap kepuasan konsumen pada deterjen merek Rinso Anti Noda di kota Jember; (6) ada pengaruh signifikan struktur iklan terhadap kepuasan konsumen pada deterjen merek Rinso Anti Noda di kota Jember; (7) ada pengaruh signifikan format iklan terhadap kepuasan konsumen pada deterjen merek Rinso Anti Noda di kota Jember; (8) ada pengaruh signifikan sumber iklan terhadap kepuasan konsumen pada deterjen merek Rinso Anti Noda di kota Jember; (9) ada pengaruh signifikan keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen pada deterjen merek Rinso Anti Noda di kota Jember.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Media Iklan Televisi Swasta Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Deterjen Merek Rinso Anti Noda Pada Masyarakat Kota Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Imam Suroso, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan bapak Drs. Eka Bambang G., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Suwardi, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan mengarahkan selama masa perkuliahan.
4. Teman-teman ku group bolang yang selalunya menghibur ku dalam kesulitan;
5. Sahabat ku Reeza, Zain, dan Adi yang selalunya membantuku;
6. Dan Semua pihak yang telah membantu terselesainya 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 skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 5 April 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERNYATAAN.....	vi
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN.....	viii
RINGKASAN	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Batasan Masalah	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2. 1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Promosi	8
2.1.1.1 Manfaat Promosi	8
2.1.1.2 Jenis Promosi	8
2.1.2 Iklan	9
2.1.2.1 Manfaat Iklan	10
2.1.2.2 Tujuan Periklanan	11

2.1.2.3 Pemilihan Media Iklan	12
2.1.3 Media Televisi Sebagai Media Periklanan	14
2.1.3.1 Pesan Iklan	15
2.1.3.2 Efektifitas Iklan	19
2.1.4 Perilaku Konsumen	20
2.1.5 Keputusan Pembelian	20
2.1.5.1 Proses Pengambilan Keputusan	21
2.1.6 Kepuasan Konsumen.....	22
2.1.6.1 Manfaat Kepuasan Konsumen.....	22
2.1.6.2 Faktor-faktor Untuk Mengevaluasi Kepuasan Konsumen	23
2. 2 Penelitian Terdahulu	23
2. 3 Kerangka konseptual	26
2. 4 Hipotesis	27
BAB 3. METODE PENELITIAN	28
3. 1 Rancangan Penelitian	28
3. 2 Jenis dan Sumber Data	28
3. 3 MetodePengumpulan Data	28
3. 4 Populasi dan Sampel	29
3. 1 Populasi	29
3. 2 Sampel	29
3.5. IdentifikasiOperasional Variabel.....	30
3.6. Definisi Operasional Variabel	30
3.7. Teknik Pengukuran	33
3.8 Uji Instrumen.....	33
3.8.1 Uji Validitas	33
3.8.2 Uji Reliabilitas	34
3.8.3 Uji Asumsi Analisis Konfirmatori	34
3.9 KerangkaPemecahanMasalah	41

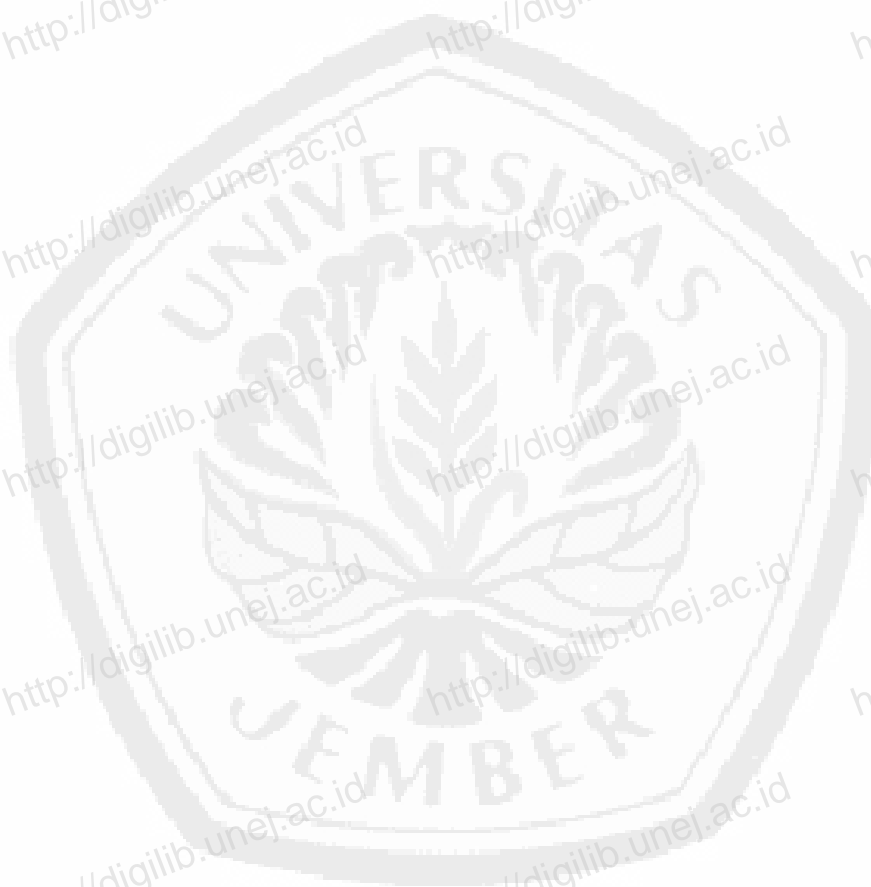
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.2 Hasil Analisis Data	45
4.2 Pembahasan	67
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabil Pengaruh Isi iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumentenitas	67
4.2.2 Pengaruh Struktur iklan Terhadap Keputusan pembelian Konsumen	68
4.2.3 Pengaruh Format iklan Terhadap Keputusan pembelian Konsumen	68
4.2.4 Pengaruh Sumber iklan terhadap Keputusan pembelian Konsumen	69
4.2.5 Pengaruh Isi iklan Terhadap Kepuasan Konsumen	70
4.2.6 Pengaruh Struktur iklan Terhadap Kepuasan Konsumen	71
4.2.7 Pengaruh Format iklan Terhadap Kepuasan Konsumen	72
4.2.8 Pengaruh Sumber iklan terhadap Kepuasan Konsumen	72
4.2.9 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen	73
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	BaganAlat-AlatPromosi	9
Tabel 2.2	Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	25
Tabel 3.1	Pembagian Sample	30
Tabel 3.2	Persamaan Struktural Penelitian	38
Tabel 3.3	Uji Kesesuaian Model	39
Tabel 4.1	Distribusi Usia Responden Konsumen Detergen Rinso Anti Noda di Kota Jember.....	45
Tabel 4.2	Distribusi Usia Responden Konsumen Detergen Rinso Anti Noda di Kota Jember	46
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	46
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	47
Tabel 4.5	Penilaian Responden Terhadap Variabel Isi Iklan	48
Tabel 4.6	Penilaian Responden Terhadap Variabel Struktur Iklan	49
Tabel 4.7	Penilaian Responden Terhadap Variabel Struktur Iklan	50
Tabel 4.8	Penilaian Responden Terhadap Variabel Struktur Iklan	51
Tabel 4.9	Penilaian Responden Terhadap Keputusan 2 Konsumen	52
Tabel 4.10	Penilaian Responden Terhadap 2 Kepuasan Konsumen	52
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Konstruk Eksogen	55
Tabel 4.12	HasilUji Validitas Dan ReliabilitasKonstrukEndogen	56
Tabel 4.13	Indeks Kesesuaian Model SEM	58
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Kausalitas	59
Tabel 4.15	Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	64
Tabel 4.16	Pengaruh Langsung Antar Variabel	65
Tabel 4.17	Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel	65
Tabel 4.18	Pengaruh Total Antar Variabel	66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Bagan Proses Pengambilan Keputusan	22
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	26
Gambar 3.1 Kerangka Alur Pemecahan Masalah	41



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	47
Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden.....	51
Lampiran 3 Hasil Penilaian Responden.....	54
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Data.....	57
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Data.....	62
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas Data.....	70
Lampiran 7 Hasil Analisis Jalur.....	

