



**PENGARUH IKLAN POND'S WHITE BEAUTY DI TELEVISI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA JURUSAN
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

SKRIPSI

**Oleh
DANIAR RAHMI UTOMO
NIM 080810201109**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**



**PENGARUH IKLAN POND'S WHITE BEAUTY DI TELEVISI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA JURUSAN
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

SKRIPSI

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

Oleh

**DANIAR RAHMI UTOMO
NIM 080810201109**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN POND'S WHITE BEAUTY DI TELEVISI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA JURUSAN
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

Oleh

**DANIAR RAHMI UTOMO
NIM 080810201109**

Pembimbing

**Dosen Pembimbing I : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM
Dosen Pembimbing II : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Pond's White Beauty di Televisi
terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas
Jember

Nama Mahasiswa : Daniar Rahmi Utomo

NIM : 080810201109

Jurusan : Manajemen

Kosentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM
NIP. 19600413 198602 1 002

Drs. Ketut Indraningrat, M.Si
NIP.19610710 198902 1 002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

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

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

PERNYATAAN

Nama : Daniar Rahmi Utomo
NIM : 080810201109
Jurusan : Manajemen
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Pond's White Beauty di Televisi terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan 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 kebenaran isinya 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 dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 29 September 2012

Yang Menyatakan,



Daniar Rahmi Utomo
NIM. 080810201109

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN POND'S WHITE BEAUTY DI TELEVISI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA JURUSAN
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Daniar Rahmi Utomo

NIM : 080810201109

Jurusan: Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal :

09 Oktober 2012

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

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. Novi Puspitasari, SE, MM : (.....)
NIP. 19801206 200501 2 001

Sekretaris : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si : (.....)
NIP. 19610710 198902 1 002

Anggota : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM : (.....)
NIP. 19600413 198602 1 002



Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,

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

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini merupakan bagian kecil dari rangkaian proses panjang yang kulewati atas berkat dan rahmat Allah SWT, serta doa dan dukungan dari orang-orang tersayang disekelilingku.

Dengan penuh syukur dan kerendahan hati kupersembahkan karya ini kepada:

1. Mama dan papa yang menjadi nafas dalam hidupku.
2. Adik cantikku yang selalu jadi semangatku.
3. Keluarga besar KH. Hasan dan keluarga besar Sastro Sardjono Abdillah.
4. Seluruh sahabatku dan kamu yang telah memberi banyak rasa.
5. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTO

Sesungguhnya Allah tidak mengubah nasib suatu kaum,
Sebelum kaum itu mengubah nasib mereka sendiri.

(QS. Ar-Rad:11)

Knowing is not enough, we must apply!

Willing is not enough, we must do!

(Bruce Lee)

Belajarlah mengalah sampai tak seorangpun yang bisa mengalahkanmu.

Belajarlah merendah sampai tak seorangpun bisa merendahkanmu.

(Gobind Vashdev)

Syukurilah! Nikmatilah! Berjuanglah!

(Danar Rahmi Utomo)

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Iklan Pond’s White Beauty di Televisi terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember”. Tujuannya untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen (isi iklan, struktur iklan, format iklan, dan sumber iklan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah sampel yang diambil adalah 75 responden. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa variabel isi iklan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, variabel struktur iklan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, variabel format iklan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian, dan variabel sumber iklan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hasil secara simultan menunjukkan bahwa variabel isi iklan, struktur iklan, format iklan, dan sumber iklan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Kata kunci: keputusan pembelian, isi iklan, struktur iklan, format iklan, dan sumber iklan.

ABSTRACT

This study entitled “Analysis of Factors Affecting Customer Dissatisfactions And Its Impact on Brand Switching Decisions in the City Soap Lifebuoy Jember”. The goal is to find out how the direct influence of independent variabls (product, price, promotions and place) of the dependent variabls (brand switching) and their indirect effects trough intervening variabls (customer dissatisfaction). Sampling methodd is purposive sampling used by yhe number of samples taken was 80 respondents. Analysis tool used is the Path Analysis.

From the analysis of products, pricing, promotions significantly influence brand switching. While the place did not significantly affect the transfer of the brand but the place did not significantly influence customer dissatisfaction as well as product, price, promotions and place also effects significantly to customer dissatisfactions. and customer dissatisfaction also effects the movement of the brand switching.

Keywords : Brand switching, customer dissatisfaction, product, price, promotion and place.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Iklan Pond’s White Beauty di Televisi terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari kritik, saran, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. H. Isti Fadah, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Bapak Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM dan Bapak Drs. Ketut Indraningrat, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa studi.
5. Mama Sundari, S.Pd dan Papa Priyo Utomo SH tercinta yang senantiasa melimpahkan kasih sayang tak terhingga. Terima kasih atas segala doa dan dukungan yang selalu menyertai langkah Iyank kecilmu ini.
6. Adikku tersayang, Maya Damayanti Utomo yang setia berbagi suka duka dan selalu bisa mengembalikan semangat yang mulai pudar. Mbak sayang Minul.
7. Keluarga besar KH. Hasan dan keluarga besar Sastro Sardjono Abdillah.
8. Panji Silvanus yang super beserta keluarga, terima kasih atas semua dukungan dan doa yang diberikan.
9. Winda Putri, Winda Christanti, Septi Nurul, David Anggara, Riza Baharsah, Dinny Nurrizki, Bambang Sutrisno, Uliva Nikita, Fina Ismi, Kias Fitria,

Bintang Yudhistira, Rina Rakhmawati, Rina Aprilia, Dian Khoirunnisa, Immanuel Vincent, Andre Juananta, Achmad Hasan, Muhammad Solehan, Dimas Surya, dan sahabatku lainnya yang telah banyak membantu. Terima kasih atas dukungan dan kebersamaannya selama ini.

10. Keluarga Twenty Javana yang selalu ramai dan ceria. Indah Elis, Dwi Astuti, Yurike Febnesia, Tiara Bahar, Halla Prima, dan semuanya, aku pasti akan merindukan kalian.
11. Keluarga besar UKMF Seni dan Budaya KURUSETRA yang sudah menjadi rumah ketiga dan penuh warna-warni.
12. Teman-teman seperjuangan Manajemen Reguler 2008, khususnya MCF yang dimana saja tidak pernah bisa diam.
13. Kepada semua pihak yang tak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jember, 26 September 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Batasan Masalah	5
2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Strategi Promosi dan Komunikasi Pemasaran	6
2.1.2. Periklanan	9
2.1.3. Pengambilan Keputusan dalam Pembelian	16
2.2. Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	22
2.3. Kerangka Konseptual	27

2.4. Hipotesis	28
3. METODE PENELITIAN	32
3.1. Rancangan Penelitian	32
3.2. Jenis dan Sumber Data	32
3.3. Populasi dan Sampel	33
3.4. Metode Pengumpulan Data	34
3.5. Identifikasi Variabel	34
3.6. Definisi Operasional Variabel	35
3.7. Teknik Pengukuran Data	37
3.8. Pengujian Instrumen	37
3.8.1 Uji Validitas	37
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.9. Metode Analisis Data	38
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.9.3 Uji Hipotesis.....	41
3.10. Kerangka Pemecahan Masalah	44
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Hasil Penelitian	46
4.1.1 Gambaran Umum Pond's White Beauty	46
4.1.2 Market Share Produk Pelembab Wajah.....	47
4.1.3 Gambaran Umum Identitas Responden.....	48
4.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	50
4.1.5 Analisis Statistik Deskriptif	51
4.1.6 Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.1.7 Uji Asumsi Klasik	56
4.1.8 Pengujian Secara Simultan.....	59
4.1.9 Koefisien Determinasi Berganda.....	59
4.1.8 Pengujian Secara Parsial	60
4.2. Pembahasan	61
5. KESIMPULAN DAN SARAN	66

5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	25
Tabel 3.1 Pembagian Jumlah Sampel.....	34
Tabel 4.1 Market Share Produk Pelembab Wajah Tahun 2008-2010.....	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	49
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Isi Iklan.....	52
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Struktur Iklan	52
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Format Iklan.....	53
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Sumber Iklan	54
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.13 <i>Collinearity Statistic</i>	57
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas dengan Uji <i>Glejser</i>	57
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji F.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	44
Gambar 4.1 Grafik Durbin Watson.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Regresi Linear Berganda
- Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas