



**PENGARUH IKLAN MINUMAN FATIGON HYDRO DI TELEVISI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KOTA JEMBER
(Studi di Tiga Kecamatan Kota Jember)**

Oleh:

MARMININGSIH

Nim : 080810291006

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS JEMBER

2012



**PENGARUH IKLAN MINUMAN FATIGON HYDRO DI TELEVISI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KOTA JEMBER
(Studi di Tiga Kecamatan Kota Jember)**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh:

**MARMININGSIH
NIM : 080810291006**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : MARMININGSIH
NIM : 080810291006
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : PEMASARAN
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Minuman Fatigon Hydro di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Jember (Studi di Tiga Kecamatan Kota 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 mempertanggung jawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 10 September 2012 Yang
menyatakan,



MARMININGSIH
NIM. 080810291006

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Minuman Fatigon Hydro di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Jember (Studi di Tiga Kecamatan Kota Jember)

Nama Mahasiswa : MARMININGSIH

NIM : 080810291006

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Pembimbing I

Dr. Imam Suroso, SE, M.Si
NIP. 19591013 1988021001

Pembimbing II

Siti Aliyati SE, M.Si
NIP. 19720909 1990032001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

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

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN MINUMAN FATIGON HYDRO DI TELEVISI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI KOTA JEMBER
(Studi di Tiga Kecamatan Kota Jember)**

Yang di persiapkan dan di susun oleh:

Nama Mahasiswa : MARMININGSIH

NIM : 080810291006

Jurusan : Manajemen

Telah di pertahankan di depan Tim penguji pada tanggal:

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

Susunan Tim Penguji

Ketua	: <u>Dr. Bambang Irawan, SE, M.Si</u>	:
	19610317 1988021001	
Sekretaris	: <u>Dr. Imam Suroso, SE, M.Si</u>	:
	19591013 1988021001	
Anggota	: <u>Siti Aliyati, SE, M.Si</u>	:
	19720909 1990032001	

Mengetahui Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Moh. Fathorrazi, SE.M.Si

PERSEMBAHAN

Skripsi ini banyak memberikan inspirasi-inspirasi dan banyak pula yang mendukung di dalamnya, dipersembahkan kepada:

- Kedua orang tua tercinta, takkan pernah bisa membalas budi mereka selama ini, Terima kasih atas segala bimbingan, do'a dan dukungannya.
- Tante dan abahku tersayang terima kasih atas dukungan moral, support dan materi selama ini.
- Nenekku Hj Sholihin yang menjadi panutanku selama ini.
- Almarhum kakekku Hj. Sholihin
- Keluarga besar, kakak dan kakak ipar tercinta beserta keponakanku Nina Natalia terima kasih atas semuanya.
- My Hunny Novi Diantoro, you're the reason why I always got many spirit to finished this last task, I proud being your and dream spend a lifetime with you, Amin.
- Sahabat, teman-teman yang selalu menemani di kala sedih senang, Fresti (teh), amy, dea, gres, cebok, icha, dina, farid, desy

Motto

"Waktu terbaik untuk kebahagiaan adalah sekarang dan cara terbaik untuk kebahagiaan adalah membahagiakan diri sendiri, keluarga dan orang lain"

(Mario teguh)

"Kita tidak akan pernah tahu apa yang akan terjadi esok, just do it everything you want now and be brave"

(Marminingsih)

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Iklan Minuman Fatigon Hydro di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Jember. Objek yang diteliti adalah responden yang telah menyaksikan iklan minuman Fatigon Hydro ditelevisi di Kota Jember. Penelitian ini Menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diambil dari jawaban responden yang mengisi kuisioner yaitu responden yang pernah menyaksikan iklan minuman Fatigon Hydro di televisi yang ada di kota Jember, sedangkan data sekunder penelitian diperoleh dari penelitian sebelumnya dan literatur yang berkaitan dengan penelitian. Tehnik pengambilan sampel menggunakan menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan pendekatan *confirmatory*. Hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh variabel isi iklan terhadap keputusan pembelian konsumen signifikan, pengaruh variabel sumber iklan terhadap keputusan pembelian konsumen signifikan, pengaruh variabel format iklan terhadap keputusan pembelian konsumen signifikan, dan pengaruh struktur iklan terhadap keputusan pembelian konsumen juga signifikan.

Kata kunci : isi iklan, Struktur iklan, Format iklan, dan Sumber Iklan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada UD. Perdana Grosir Jember” skripsi ini di susun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Melalui penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memperoleh wawasan pengetahuan, dan hal-hal yang baru untuk meningkatkan kemampuan intelektual dan penelitian. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan bantuan dari berbagai pihak proses penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Untuk itu, pada kesempatan kali ini penulis akan menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Moh. Fathorrazi SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Ibu Prof. Dra. Hj. Istifadah SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Bapak Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si selaku Sekertaris Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Bapak Dr. Imam Suroso, SE, M.Si selaku dosen pembimbing I yang dengan ikhlas memberikan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Bapak Dr. Bambang Irawan, SE, M.Si Selaku Dosen Penguji yang dengan sabar dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menguji.
6. Ibu Siti Aliyati SE, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bantuan bimbingan, kritik, saran, dan pengarahan dengan penuh kesabaran.
7. Dosen Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu dan mendidik saya sebagai mahasiswa;
8. Segenap karyawan dan penggerak administrasi Manajemen yang sudah mau membantu saya selama mengerjakan skripsi ini;
9. Responden yang bersedia meluangkan waktu dan mengisi kuesioner penelitian saya;

10. Kedua orang tuaku toyan dan Marwah telah memberikan yang terbaik selama ini;

11. Tante, abah, dan nenekku tercinta trima kasih atas dukungannya selama ini.

12. Keluarga besar saya dan teman-teman saya yang menyayangi saya;

13. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Jember, 10 Oktober 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Strategi Promosi dan Komunikasi Pemasaran.....	6
2.1.2 Arti dan Manfaat Iklan.....	9
2.1.3 Tujuan Periklanan.....	11
2.1.4 Kelebihan dan Kelemahan Menggunakan Media Televisi Dalam Beriklan.....	11
2.1.5 Syarat Syarat Pesan Iklan Di Televisi.....	12
2.1.6 Pengambilan Keputusan Dalam Pembelian.....	13

	Halaman
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	19
2.3 Kerangka Konsep Penelitian.....	23
2.4 Hipotesis.....	24
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Rancangan Penelitian.....	25
3.2 Prosedur Pengumpulan Data.....	25
3.2.1 Jenis Data.....	25
3.2.2 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.2.3 Populasi Dan Sampel Penelitian.....	26
3.3 Identifikasi Variabel.....	27
3.4 Devinisi Operasional Variabel.....	28
3.5 Teknik Pengukuran.....	29
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	30
3.6.1 Uji Validitas.....	30
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.7 Metode Analisis Data.....	32
3.7.1 Uji Asumsi Regresi Linier Berganda Dengan Pendekatan Konfirmatory.....	31
3.7.2 Analisis Linier Berganda Dengan Pendekatan Konfirmatory.....	32
3.7.3 Confirmatory Technique.....	32
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah.....	37
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Umum Fatigon Hydro.....	40
4.1.2 Gambaran Umum Kota Jember.....	41
4.1.3 Karakteristik Responden.....	42
4.1.3.1 Usia Responden.....	42
4.1.3.2 Jenis Kelamin	43

	Halaman
4.1.3.3 Pekerjaan Responden.....	44
4.1.3.4 Domisili Responden.....	44
4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian.....	45
4.1.4.1 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Isi Iklan (X1).....	45
4.1.4.2 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Struktur Iklan (X2).....	46
4.1.4.3 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Format Iklan (X3).....	46
4.1.4.4 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Sumber Iklan (X4).....	47
4.1.4.5 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian(Y1).....	47
4.1.5 Uji Validitas dan Realiabilitas Konstruk.....	48
4.1.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Isi Iklan (X1).....	48
4.1.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Struktur Iklan (X2).....	49
4.1.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Format Iklan (X3).....	50
4.1.5.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Sumber Iklan(X4).....	50
4.1.5.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian (Y1).....	51
4.1.6 Analisis Data	52
4.1.6.1 Uji Asumsi SEM.....	52
4.1.6.2 Analisis Struktural Equation Modelling (SEM).....	53
4.1.6.3 Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of fit Test</i>).....	55
4.1.6.4 Uji Kausalitas.....	55
4.1.6.5 Pengaruh Langsung Antar Variabel Laten.....	58

	Halaman
4.2 Pembahasan.....	59
4.2.1 Pengaruh Isi Iklan (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)....	60
4.2.2 Pengaruh Struktur Iklan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	61
4.2.3 Pengaruh Format Iklan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	62
4.2.4 Pengaruh Sumber Iklan (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	62
4.2.5 Keterbatasan Penelitian.....	63
 BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
 DAFTAR PUSTAKA.....	67
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya dan Penelitian Sekarang.....	21
Tabel 3.1 Uji Kesesuaian Model.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	45
Tabel 4.5 Penilaian Responden Pada Isi Iklan.....	45
Tabel 4.6 Penilaian Responden Pada Struktur Iklan.....	46
Tabel 4.7 Penilaian Responden Pada Format Iklan.....	46
Tabel 4.8 Penilaian Responden Pada Format Iklan.....	47
Tabel 4.9 Penilaian Responden Pada Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Isi Iklan (X1).....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Struktur Iklan (X2).....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Format Iklan (X3).....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Sumber Iklan (X4).....	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Keputusan Pembelian (Y1).....	51
Tabel 4.15 Indeks Kesesuaian SEM.....	55
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Kausalitas.....	56
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Kausalitas.....	58
Tabel 4.18 Pengaruh Langsung Variabel Laten.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	38
Gambar 4.1 Hasil Diagram Jalur.....	54