



**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG IKLAN TV
PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO J DAN
VARIABEL PEMBEDA TERHADAP MINAT PEMBELIAN
DI KECAMATAN PATRANG**

PUBLIC PERCEPTION OF TELEVISION ADVERTISING PRODUCTS
YAMAHA MIO J MOTORCYCLE AND VARIABLE INTEREST PURCHASE
OF DISTINCTION IN DISTRICT PATRANG

SKRIPSI

Oleh:

YODHA DWI PRATALA
NIM. 070810201202

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**



**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG IKLAN TV
PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO J DAN
VARIABEL PEMBEDA TERHADAP MINAT PEMBELIAN
DI KECAMATAN PATRANG**

**PUBLIC PERCEPTION OF TELEVISION ADVERTISING PRODUCTS
YAMAHA MIO J MOTORCYCLE AND VARIABLE INTEREST PURCHASE
OF DISTINCTION IN DISTRICT PATRANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

Oleh:

**YODHA DWI PRATALA
NIM. 070810201202**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2014**

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Yodha Dwi Pratala
Nim : 070810201202
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Persepsi Masyarakat Tentang Iklan TV Produk Sepeda Motor
Yamaha Mio J dan Variabel Pembeda Terhadap Minat
Pembelian Di Kecamatan Patrang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember, 20 Januari 2014

Yang menyatakan,

Yodha Dwi Pratala

NIM : 070810201202

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG IKLAN TV
PRODUK SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO J DAN
VARIABEL PEMBEDA TERHADAP MINAT
PEMBELIAN DI KECAMATAN PATRANG

Nama Mahasiswa : Yodha Dwi Pratala
NIM : 070810201202
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 20 Januari 2014

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Prof. Dr. H. R. Andi Sularso,MSM.

NIP. 19600413 198603 1 002

Drs. Adi Prasodjo,MP.

NIP. 19550516 198703 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, SE., M. Si

NIP. 19620802 199002 1 001

JUDUL SKRIPSI

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP IKLAN TV PRODUK SEPEDA
MOTOR YAMAHA MIO J DAN VARIABEL PEMBEDA TERHADAP
MINAT PEMBELIAN DI KECAMATAN PATRANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Yodha Dwi Pratala

NIM : 070810201202

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:

20 Januari 2014

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Drs. Ketut Indraningrat, Msi : (.....)
NIP. 19610710 198902 1 002

Sekretaris : Drs. Adi Prasodjo, MP : (.....)
NIP. 19550516 198703 1 001

Anggota : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM : (.....)
NIP. 19600413 198603 1 002

Mengetahui/ Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Pas Foto
4x6
Sesuai Ijazah

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si
NIP. 19630614 199002 1 001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah , kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang-orang yang ku sayangi :

- Ibunda tercinta
- Almarhum Ayahanda tersayang
- Kakak tersayang
- Teman-teman terkasih

MOTTO

“Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik.”

(Evelyn Underhill)

“Jadi diri sendiri, cari jati diri, dan dapetin hidup yang mandiri, optimis, karena hidup terus mengalir dan kehidupan terus berputar. Sese kali lihat ke belakang untuk melanjutkan perjalanan yang tiada berujung.”

(Anonim)

“Kesalahan adalah kunci dari kesuksesan.”

(Yodha Dwi Pratala)

RINGKASAN

Persepsi Masyarakat Tentang Iklan TV Produk Sepeda Motor Yamaha Mio J Dan Variabel Pembeda Terhadap Minat Pembelian Di Kecamatan Patrang; Yodha Dwi Pratala; 070810201202; 2014; 46 Halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Di dalam dunia usaha saat ini banyak sekali ditemukan persaingan terutama dalam perusahaan produk sepeda motor. Di dalam ketatnya persaingan dalam dunia usaha menjadikan aspek pemasaran sangatlah penting terutama iklan televisi. Adanya iklan tersebut akan menarik pemirsa untuk melihat keunggulan produk sepeda motor tersebut sehingga akan mengambil keputusan membeli dan tidak membeli. Disitu akan ada variabel yang membedakan antara kelompok masyarakat yang membeli dan yang tidak membeli. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis variabel yang menjadi pembeda (diskriminan) bagi kelompok masyarakat yang membeli dan masyarakat yang tidak membeli.

Penelitian ini termasuk penelitian *survey*. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan cara mengambil sampel dan membagikan *kuesioner* kepada masyarakat yang membeli dan masyarakat yang tidak membeli produk tersebut. Dengan *kuesioner* akan dapat diketahui variabel yang membedakan minat pembelian antara masyarakat yang membeli dan yang tidak membeli adalah Isi pesan, struktur pesan, format pesan dan sumber pesan.

Dengan ini perusahaan hendaknya mempertahankan isi pesan, struktur pesan, format pesan dan sumber pesan dalam penyajian iklan produknya sehingga konsumen dapat meningkatkan minat konsumennya dengan menilai isi iklan produknya. Jadi perusahaan dapat menggunakan strategi promosi penjualan dengan menggunakan iklan di TV. Perusahaan juga perlu memperhatikan dan selalu memperbaiki isi pesan, struktur pesan, format pesan dan sumber pesan sehingga dapat meningkatkan minat konsumen.

SUMMARY

Public Perception Of Television Advertising Products Yamaha Mio J Motorcycle And Variable Interest Purchase Of Distinction In District Patrang; Yodha Dwi Pratala; 070810201202; 2014; 46 Pages; Department of Management Faculty of Economics Jember University.

In the current business world , found lots of competition , especially in the company of motorcycle products . In the intense competition in the business world make the marketing aspect is very important especially television advertising . The existence of these ads will attract viewers to see the advantages of motorcycle products that will take the decision to buy and not buy . There will be a variable that distinguishes between groups of people who buy and which not to buy . The purpose of this study was to analyze the variables that made the difference (discriminant) for groups of people who buy and people who do not buy .

This study includes a survey research . This study used purposive sampling method by taking samples and questionnaires distributed to the people who buy and people who do not buy the product. With the questionnaire will be known variables that distinguish between public interest in the purchase buy and which not to buy is the content of the message , message structure , message format and message source .

With this the company should retain the content of messages , message structure , message format and the message source ad serving products so that consumers can increase the interest of consumers to assess the content of advertising products. So the company can use sales promotion strategies using the ads on TV . The company also needs to pay attention and constantly improve the content of messages , message structure , message format and message source so as to increase consumer interest .

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT, karena atas segala rahmat, hidayah dan karuniaNya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Persepsi Masyarakat Tentang Iklan TV Produk Sepeda Motor Yamaha Mio J Dan Variabel Pembeda Terhadap Minat Pembelian Di Kecamatan Patrang.” Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan ALLAH SWT serta dorongan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

- a) Bapak Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b) Bapak Dr. Handriyono, M.Si dan Bapak Dr. Mohammad Dimiyati, M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- c) Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM selaku dosen pembimbing I dan Drs. Adi Prasodjo, MP selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi pengarahan, menginspirasi, berbagi ilmu, serta perhatian dan kesabaran dalam mengarahkan dan memberi motivasi sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- d) Drs. Ketut Indraningrat, M.Si selaku Penguji dalam sidang skripsi dan pendadaran yang telah dijalani oleh penulis, terimakasih atas kesabaran dan motivasinya.

- e) Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- f) Kedua orang tuaku yang telah memberikan semangat dan selalu mendoakan selama ini.
- g) Kakak kandungku, Purwaningsih,ST atas dukungan dan do'anya yang tiada henti, atas kasih sayang dan perhatiannya. Kakak iparku Yoyok Sudarmanto,SE atas nasehat dan do'a nya serta kedua keponakanku Ai' dan Rafa yang selalu menghibur selama penulis membuat skripsi ini.
- h) Keluarga besar Dadapan : Om Tono, Lek Nur, Mas Agus, Mas Amet, Nenekku satu-satunya Siti Raolah, Nenek Ni dan saudara yang lain yang selalu memberikan nasehat,dukungan dan do'a selama penulis membuat skripsi ini.
- i) Saudaraku: Ratna Ani Lestari,SE.MM , Mbak Ririn, Mbak Salamah , terima kasih atas dukungan dan do'a nya.
- j) Saudara keponakanku: Dena, Dea, Nur, Edit, Imam, terima kasih atas dukungan dan do'anya.
- k) Teman-teman kontrakan Brantas V: Bibin, Apet, Yudha, Mirza, Anda Boy, Ricky, Ronald, Alan, Anan, serta cak Bagong terima kasih atas waktu kebersamaannya selama ini.
- l) Teman-teman Cungking: Alfri, Gembul, Heru, Angga, Bondet, Mang no, Hadi bodong, serta Nenek Turi, bu Endang, bu Kat terima kasih atas waktu dan do'anya.
- m) Teman seperjuanganku: Bintang Adi Dharma, Moh. Sandi Ismoyo, Agung ngok, Sofyan ecpose, atas waktu,bantuan, do'a, dukungan dan kebersamaannya selama ini.
- n) Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember, utamanya untuk angkatan 2007.
- o) Seluruh pihak yang telah banyak membantu memberikan bantuan, motivasi yang tidak dapat disebut satu persatu. Terimakasih sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

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

Jember, 20 Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Komunikasi pemasaran	7
2.1.2 Periklanan	9
2.1.3 Televisi Sebagai Media Periklanan	15
2.1.4 Perilaku Konsumen	17
2.1.5 Minat Pembelian	17
2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	19
2.3 Kerangka Konseptual	21

2.4 Hipotesis	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	23
3.1 Rancangan Penelitian	23
3.2 Jenis dan Sumber Data	23
3.3 Metode Pengumpulan Data	23
3.4 Populasi Dan Sampel	24
3.5 Identifikasi Variabel	24
3.6 Definisi Operasional Variabel	25
3.7 Teknik Pengukuran	26
3.8 Uji Instrumen	26
3.8.1 Uji Validitas	26
3.8.2 Uji Reliabilitas	26
3.9 Teknik Analisis Data	27
3.9.1 Analisis Diskriminan	27
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	30
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambar Wilayah Umum Kecamatan Patrang Kabupaten Jember	32
4.2 Karakteristik Responden	32
4.2.1 Jenis Kelamin Responden	32
4.2.2 Umur Responden	33
4.2.3 Pendapatan Responden	33
4.3 Pengujian Instrumen	34
4.3.1 Uji validitas	34
4.3.2 Uji Reabilitas	35
4.4 Hasil Analisis Diskriminan	35
4.4.1 Analisis Diskriminan	35
4.4.2 Fungsi Diskriminan	36
4.4.3 Uji Signifikan Koefisien Diskriminan	37
4.4.4 Uji Ketepatan Klasifikasi	40

4.5 Pembahasan	41
4.5.1 Perbedaan Persepsi Iklan Terhadap Minat Pembelian Produk Yamaha Mio J Pada Masyarakat Kota Jember	41
4.5.2 Perbedaan Persepsi Isi Pesan Terhadap Minat Pembelian Produk Yamaha Mio J Pada Masyarakat Kota Jember	42
4.5.3 Perbedaan Persepsi Struktur Pesan Terhadap Minat Pembelian Produk Yamaha Mio J Pada Masyarakat Kota Jember	43
4.5.4 Perbedaan Persepsi Format Pesan Terhadap Minat Pembelian Produk Yamaha Mio J Pada Masyarakat Kota Jember	43
4.5.5 Perbedaan Persepsi Sumber Pesan Terhadap Minat Pembelian Produk Yamaha Mio J Pada Masyarakat Kota Jember	44
BAB 5 KESIMPULAN	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	33
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Data.	34
Tabel 4.5 Realibilitas Instrumen Penelitian	35
Tabel 4.6 <i>Standardized Canonical Discriminant Function Coefficient</i>	36
Tabel 4.7 <i>Classification Function Coefficient</i>	37
Tabel 4.8 Hasil Uji F dan Wilk's Lambda	37
Tabel 4.9 <i>Eigenvalues</i>	38
Tabel 4.10 Wilk's Lambda.....	39
Tabel 4.11 Struktur Matriks	39
Tabel 4.12 Tabel Perbandingan Antara Responden Yang Termasuk Konsumen Minat Beli Dan Tidak Minat Beli	40
Tabel 4.13 <i>Classification Result</i>	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	21
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	49
Lampiran 2. Hasil Distribusi Responden	54
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Data.....	59
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	63
Lampiran 5. Hasil Uji Diskriminan.....	65