



**PENGARUH MEDIA IKLAN TELEVISI TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KARTU OPERATOR
SELULER AS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

*The Influence of Television Advertising on Consumer's Decision to Buying "As"
Cellular Operators in Faculty Of Economic Students, Jember University*

SKRIPSI

oleh :

NUR LIA VILIANA
NIM. 080810291077

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2014**



**PENGARUH MEDIA IKLAN TELEVISI TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KARTU OPERATOR
SELULER AS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

*The Influence of Television Advertising on Consumer's Decision to Buying "As"
Cellular Operators in Faculty Of Economic Students, Jember University*

SKRIPSI

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

oleh :

NUR LIA VILIANA
NIM. 080810291077

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2014**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Nur Lia Viliana

NIM : 080810291077

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : Pengaruh Media Iklan Televisi terhadap Pengambilan Keputusan
Konsumen dalam Pembelian Kartu Operator Seluler As pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 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, tanpa adanya
tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi
akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 20 April 2014

Yang menyatakan,

Nur Lia Viliana
NIM 080810291077

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Media Iklan Televisi terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kartu Operator Seluler As pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Nur Lia Viliانا

NIM : 080810291077

Jurusan : Manajemen

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

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

NIP 19600413 198602 1002

Dr. Hj. Diah Yulisetiari, SE., MSi

NIP 19610729 198603 2001

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, MSi

NIP 19620802 199002 1001

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA IKLAN TELEVISI TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KARTU OPERATOR
SELULER AS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Nur Lia Viliانا

NIM : 080810291077

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

26 Mei 2014

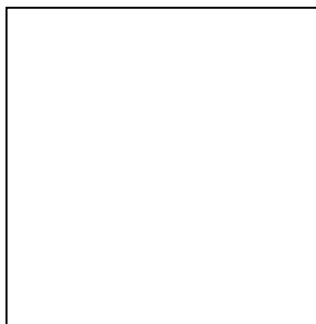
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan
guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : **Dr. Bambang Irawan, MSi** :
NIP 19610317 198802 1001

Sekretaris: **Dr. Hj. Diah Yulisetiari, SE., MSi** :
NIP 19610729 198603 2001

Anggota : **Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM** :
NIP 19600413 198602 1002



Mengetahui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Moehammad Fathorrazi, MSi
NIP 19630614 199002 1001

MOTTO

Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.

(Aristoteles)

*Orang yang mengeluhkan pedang panjang yang dipegangnya, akan dikalahkan oleh petarung yang mensyukuri belati kecilnya. Pilihlah untuk berfokus pada kekuatanmu, apa pun ukurannya. Semua keberhasilan dicapai melalui anak tangga kekuatan yang disyukuri. (Mario Teguh)**

* Metro TV, Mario Teguh *Golden Ways*, 3 Nopember 2013

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

- ♥ Ayahanda tercinta Munasir dan ibunda tercinta Suryati, S.Pd
- ♥ Seluruh keluarga besar yang telah banyak mendukung saya sampai saat ini.
- ♥ Para pembimbing Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM dan , Dr. Hj. Diah Yulisetiarni, SE., M.Si, serta Dr. Handriyono, M.Si sebagai ketua jurusan manajemen
- ♥ Bapak/Ibu guru TK, SD, SMP, SMU, dan Bapak/Ibu dosen yang telah memberikanku ilmu pengetahuan dengan sabar dan ikhlas.
- ♥ Almamaterku UNIVERSITAS JEMBER tercinta
- ♥ My boo (Setyo Nugrahantoro) terimakasih atas motivasi dan dukungan selama ini.
- ♥ Teman-teman angkatan Manajemen 2008 dan adik-adik kelasku yang telah memberikan bantuan dan informasi tentang penyusunan skripsi ini hingga selesai.

ABSTRAKSI

Nur Lia Viliana, 2014, Pengaruh Media Iklan Televisi terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kartu Operator Seluler As pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Jember

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media iklan televisi terhadap keputusan pembelian kartu seluler As pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Variabel yang digunakan adalah Pesan Iklan (X_1), Kualitas Tayangan (X_2), Tema Iklan (X_3), Musik Pengiring Iklan (X_4), dan Bintang Iklan (X_5). Populasi penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah/pernah memutuskan untuk membeli kartu operator seluler As. Sampel penelitian berjumlah 90 responden, diperoleh dengan teknik *accidental sampling*. Penelitian menggunakan data primer berupa jawaban dari kuesioner penelitian yang diperoleh dari responden yang menjadi sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Uji instrumen penelitian untuk kuesioner tersebut adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah dinyatakan valid dan reliable, selanjutnya dilakukan analisis data. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan pengujian hipotesis menggunakan Uji t. Hasil analisis menunjukkan bahwa Media Iklan yang meliputi Pesan Iklan, Kualitas Tayangan, Tema Iklan, Musik Pengiring Iklan, dan Bintang Iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kartu seluler As pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Kata kunci : Media Iklan dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Nur Lia Viliana, 2014, *The Influence of Television Advertising on Consumer's Decision to Buying "As" Cellular Operators in Faculty of Economic Students, Jember University*

This study aims to determine the effect of television advertising on decisions to buying As mobile card on Faculty of Economics, Jember University. The variables used were Advertising Message (X_1), Quality Impressions (X_2), Advertising Themes (X_3), Music Accompaniment Advertising (X_4), and Endoser (X_5). The study population was a student of the Faculty of Economics, University of Jember who decided to buy a card As mobile operators. Sample was 90 respondents, obtained with accidental sampling technique. Research using primary data in the form of a questionnaire study answers obtained from respondents who selected as sample. The data was collected using a questionnaire. Test instruments for the questionnaire study is to test the validity and reliability testing. Having declared valid and reliable, then analyzed the data. Analysis of the data used is multiple linear regression, hypothesis testing using t_{test} . The result of analysis showed that Television Advertising includes Advertising Message, Quality Impressions, Advertising Themes, Music Accompaniment Advertising, and Endoser positive and significant impact on purchasing decisions As mobile card on the Faculty of Economics, Jember University.

Key words: *Television Advertising, and Decision to Buying.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia serta hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Media Iklan Televisi terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kartu Operator Seluler As pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Jember”.

Tujuan penulis menyusun skripsi ini, untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Strata I pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Jember. Penulis menyadari, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat waktu dan pengalaman yang diterima penulis.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya pada pihak-pihak yang bersangkutan, antara lain kepada :

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM, selaku Dosen Pembimbing I dan , Dr. Hj. Diah Yulisetiarni, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih banyak atas segala bimbingan dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Orang tua yang telah menghadirkan aku di dunia ini, memberi cinta kasih, perhatian dan doa yang tidak pernah padam.
4. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu serta bimbingannya kepada kami.
5. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang tidak bisa penulis sebut satu persatu yang telah banyak memberikan arahan-arahan yang benar, terima kasih banyak atas segala bentuk dukungan dan jasanya, yang membantu penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

7. Teman-teman angkatan 2008 Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang selalu memberi motivasi dan kebersamaannya saat suka maupun duka.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Jember, April 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Iklan	8
2.1.2 Jenis-Jenis Iklan	10
2.1.3 Tujuan Periklanan	11
2.1.4 Pesan Iklan	12
2.1.5 Faktor-Faktor dalam Iklan	13
2.1.6 Bintang Iklan	14
2.1.7 Keputusan Pembelian	16
2.2 Penelitian Terdahulu	20

2.3 Kerangka Konseptual	24
2.4 Hipotesis Penelitian	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	26
3.1 Rancangan Penelitian	26
3.2 Jenis dan Sumber Data	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.5 Identifikasi dan Definisi Variabel	27
3.6 Teknik Pengukuran Data	29
3.7. Metode Analisis Data	30
3.7.1 Uji Intrumen Penelitian	30
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	31
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.7.4 Analisis Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	34
3.8. Kerangka Pemecahan Masalah	34
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Fakultas Ekonomi Universitas Jember	37
4.2 Analisis Data	38
4.2.1 Karakteristik Responden	38
4.2.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	39
4.2.3 Analisis Data	41
4.2 Pembahasan	50
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	55
Lampiran-Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1.	Hubungan Jumlah Butir Pertanyaan dengan Reliabilitas Instrumen	31
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 4.2	Status Tinggal Responden	38
Tabel 4.3	Aktivitas Keorganisasian Responden	39
Tabel 4.4	Uji Validitas	40
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.6	<i>Pearson Correlations</i>	42
Tabel 4.7	Kriteria Hubungan	42
Tabel 4.8	Uji Durbin Watson	43
Tabel 4.9	Koefisien Korelasi	45
Tabel 4.10	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	47
Tabel 4.11	Koefisien Determinasi Berganda	48
Tabel 4.12	Pengujian hipotesis dengan Uji t	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Pembelian Lima Tahap	19
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	35
Gambar 4.1 Grafik <i>Scatter Plots</i>	44
Gambar 4.2 Grafik <i>Normal P-Plot of Regression Standarized</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4 Uji Validitas

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Analisis Regresi