



**PENGARUH TAHAPAN AIDA (*ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION*) PADA IKLAN ROKOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus di Pelajar Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Pada Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember)**

The Effect of AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Phases in Cigarette Advertisement on Consumer Buying Decision (a Case Study of Senior High School Student in District of Sumbersari Jember Regency)

SKRIPSI

Oleh

**Trenggono Pujo Sakti
NIM 090910202008**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2014**



**PENGARUH TAHAPAN AIDA (*ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION*) PADA IKLAN ROKOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus di Pelajar Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Pada Kecamatan Summersari Kabupaten Jember)**

The Effect of AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Phases in Cigarette Advertisement on Consumer Buying Decision (a Case Study of Senior High School Student in District of Summersari Jember Regency)

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

Trenggono Pujo Sakti
NIM 09091020208

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

PERSEMBAHAN

Dengan penuh syukur dan kebanggan skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Soewito dan Islamiyah yang tidak henti-hentinya selalu mendoakan dan memberikan semangat serta kasih sayang selama ini;
2. Kakak tercinta Haryo Kunto Wibisono dan adikku Ulul Azmi beserta keluarga besar yang selalu memberi semangat dan doa selama ini;
3. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi;
4. Almamater yang Saya banggakan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTTO

“Iklan bukan realitas tetapi hanya mensimulasikan kehidupan pada konstruksi tertentu”

Guy Debord

“Orang boleh pandai setinggi langit, tapi selama ia tidak menulis, ia akan hilang di dalam masyarakat dari sejarah. Menulis adalah bekerja untuk keabadian”.

Pramoedya Anantha Toer

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Trenggono Pujo Sakti

NIM : 090910202008

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh Tahapan AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Pada Iklan Rokok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus di Pelajar Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Pada Kecamatan Summersari Kabupaten Jember) adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan di institusi manapun dan bukan 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 manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 16 September 2014

Yang menyatakan,

Trenggono Pujo Sakti

NIM. 090910202008

SKRIPSI

**PENGARUH TAHAPAN AIDA (*ATTENTION, INTEREST, DESIRE, ACTION*) PADA IKLAN ROKOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus di Pelajar Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Pada Kecamatan Summersari Kabupaten Jember)**

The Effect of AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Phases in Cigarette Advertisement on Consumer Buying Decision (a Case Study of Senior High School Student in District of Summersari Jember Regency)

Oleh

Trenggono Pujo Sakti

NIM 090910202008

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Sasongko, M.Si

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Tahapan AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) Pada Iklan Rokok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus di Pelajar Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Pada Kecamatan Summersari Kabupaten Jember)” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Selasa, 16 September 2014

Jam : 08.30 WIB

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Dr. Agus Budihardjo, M.A
19520814 198003 1002

Anggota I,

Anggota II

Dr. Sasongko, M. Si
19570407 198609 1 001

Drs. Didik Eko Julianto, MAB
19610722 198902 1 002

Anggota III,

Anggota IV,

Dr. Edy Wahyudi, S.Sos, MM
19750825 200212 1 002

Yuslinda Dwi Handini, S.os., MAB
19790919 200812 2 001

Mengesahkan

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP.195207271981031003

RINGKASAN

Pengaruh Tahapan AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Pada Iklan Rokok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus di Pelajar Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Pada Kecamatan Summersari Kabupaten Jember); Trenggono Pujo Sakti, 090910202008; 2014: 146 Halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis; Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Tahapan AIDA (*Attention, Interests, Desire, Action*) Pada Iklan Rokok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus di Pelajar Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Pada Kecamatan Summersari Kabupaten Jember)”. Penelitian ini adalah bertujuan mengetahui pengaruh iklan rokok yang mempunyai model AIDA yaitu *Attention, Interest, Desire, Action* dan keputusan pembelian khusus di pelajar Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Kecamatan Summersari Kabupaten Jember baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa Sekolah Lanjutan Tingkat Atas yang berumur 15 tahun – 19 tahun dan perokok pemula di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember dengan teknik sampel *accidental sampling* sejumlah 119 orang. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 5 variabel, yaitu 4 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian: menunjukkan bahwa *attention, interest, desire dan action* berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pelajar Sekolah Lanjutan Tingkat Atas di Kecamatan Summersari, sedangkan variabel yang dominan terhadap keputusan pembelian yaitu variabel *action* dengan T_{hitung} 4,464 dengan signifikan 0,000.

Kemudian hasil analisis secara simultan maka hasil yang diperoleh, yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ $70,838 > 2,45$ dan signifikansi ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *attention, interest, desire, dan action* secara simultan berpengaruh signifikan kearah positif terhadap keputusan pembelian pada pelajar Sekolah Lanjutan Tingkat Atas di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember.

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan Rokok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus di Pelajar Sekolah Lanjutan Tingkat Atas Pada Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

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

1. Prof. Dr. Hary Yuswandi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M, Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan perhatiannya guna memberikan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
3. Drs. Suhartono, MP, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember serta Dosen Wali yang telah memberikan pengarahan selama penulis belajar di bangku kuliah;
4. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB, selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikan skripsi ini;
5. Drs. Subadri Habib, M.Si selaku Kepala Dinas Pendidikan Kabupaten Jember yang telah membantu dalam urusan administrasi;
6. Semua Dosen-dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, yang telah membantu dalam urusan administrasi;
7. Kedua Orang Tuaku, Bapak Soewito dan Ibu Islamiyah tercinta yang telah memberi cinta dan kasih serta doa selama ini, kakak ku Haryo Kunto

Wibisono dan adek tercinta Ulul Azmi yang selalu mendoakan dan memberikan semangat serta menyegarkan pikiran ku selama menyelesaikan skripsi ini. Seluruh Keluarga besarku di Jember, Malang dan Lampung terima kasih telah memberikan semangat dan dukungan serta do'a kepada penulis;

8. Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2009 yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat serta kebersamaannya selama ini;
9. Kawan sepermainanku Wanda, Rinno, Sokemd, Ance, Aldi, Windu, Nuril, Sodiq dan lain-lain yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terima kasih telah memberikan semangat serta kebersamaannya selama ini.

Semoga bantuan dan bimbingan semangat serta dorongan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Tiada suatu karya yang sempurna kecuali milik Allah semata, untuk itu saran dan kritik dari semua pihak selalu penulis terima untuk menyempurnakan skripsi ini. penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat.

Jember, 16 September 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBING SKRIPSI	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Manfaat Penelitian	12
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Pemasaran	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	15

2.1.2 Bauran Pemasaran.....	16
2.1.3 Bauran Promosi.....	19
2.2 Periklanan	20
2.2.1 Jenis-Jenis Iklan	20
2.2.2 Iklan Konsumen	21
2.2.3 Perencanaan Iklan	22
2.2.4 Tujuan Iklan	23
2.2.5 Sasaran Iklan	25
2.3 Media Iklan.....	25
2.3.1 Media Iklan Sebagai Pemaparan.....	28
2.4 Perilaku Konsumen	29
2.4.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	30
2.4.2 Proses Keputusan Pembelian	32
2.5 Remaja	34
2.5.1 Karakteristik Remaja	34
2.6 Hubungan Iklan Rokok Dengan Keputusan Pembelian	35
2.7 Penelitian Terdahulu	38
BAB 3. METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis dan Tipe Penelitian	41
3.2 Model Analisis	42
3.3 Tahap Persiapan	43
3.4 Tahap Pengumpulan Data	45
3.5 Identifikasi Variabel	45
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.7 Skala Pengukuran Data	48

3.8 Uji Instrumen Kuesioner	49
3.8.1 Uji Validitas	49
3.8.2 Uji Reliabilitas	50
3.9 Metode Analisis Data	50
3.9.1 Analisis Deskriptif Statistik.....	50
3.9.2 Regresi Linier Berganda	51
3.9.3 Analisis Koefisien Determinasi	52
3.10 Uji Hipotesis	52
3.10.1 Uji F	52
3.10.2 Uji T	53
3.10.3 Uji Asumsi Klasik.....	54
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Hasil Penelitian	56
4.1.1 Perkembangan Iklan Modern di Indonesia	56
4.1.2 Iklan Rokok Modern.....	57
4.1.3 Gambaran Umum Daerah Sumbersari	59
4.1.4 Karakteristik Responden.....	59
4.1.5 Uji Instrument	60
4.1.5.1 Uji Validitas	60
4.1.5.2 Uji Realibilitas.....	62
4.1.6 Analisis Data.....	63
4.1.6.1 Analisis Deskriptif Statistik.....	63
4.1.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
4.1.6.3 Uji Hipotesis.....	65
4.1.6.3.1 Uji t.....	65

4.1.6.3.2 Uji F.....	66
4.1.6.3.3 Koefisien Determinasi.....	66
4.1.6.3.4 Uji Asumsi Klasik.....	67
4.2 Pembahasan.....	69
4.2.1 Pengaruh Attention Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2.2 Pengaruh Interest Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.2.3 Pengaruh Desire Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.2.4 Pengaruh Action Terhadap Keputusan Pembelian	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar SMA di Kecamatan Summersari Kabupaten Jember.....	10
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	39
Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden	59
Tabel 4.2 Karakteristik Sekolah	60
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas	62
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Statistik.....	63
Tabel 4.6 Hasil Regresi Linier Berganda.	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas.....	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Produksi dan Bea Cukai Rokok tahun 2012-2014	2
Gambar 1.2 Konsumsi Rata-rata per Kapita Seminggu	5

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2 Distribusi Frekuensi.....	90
Lampiran 3 Rekapitulasi Jawaban Responden.....	101
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	119
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	128
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Berganda	137
Lampiran 7 Gambar Penelitian	142
Lampiran 8 Surat Penelitian.....	144