



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TELEVISI ES KRIM MAGNUM  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**SKRIPSI**

Oleh

**Andri Darmiko**

**NIM. 070810291158**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2012**



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TELEVISI ES KRIM MAGNUM  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada  
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Oleh

**Andri Darmiko**

**NIM. 070810291158**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2012**

## PERNYATAAN

Nama : Andri Darmiko

NIM : 070810291158

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul: *Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Es Krim Magnum Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember* adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta 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 adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Januari 2012

Yang Menyatakan,

( Andri Darmiko )

NIM. 070810291158

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi Es Krim Magnum Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Andri Darmiko

NIM : 070810291158

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari, SE.M.Si

19730908200003 2 001

Dr. Nurhayati, M.M

19610607 198702 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Prof. Dr. Hj. Istifadah, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TELEVISI ES KRIM MAGNUM  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Andri Darmiko

NIM : 070810291158

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

4 Januari 2012

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

**Susunan Tim Penguji**

**Ketua** : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM .....  
NIP. 19600413 198603 1 002

**Sekretaris** : Dr. Deasy Wulandari, SE. M.Si .....  
NIP. 19730908200003 2 001

**Anggota** : Dr. Nurhayati, MM .....  
NIP. 19610607 198702 2 001

4x6

**Mengetahui,  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember  
Dekan,**

**Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc.**  
NIP. 19560831 198403 1 002

## PERSEMBAHAN

Alhamulillahirabbil'alamin

Segala Puji bagi-Mu ya Allah.....

Yang tak pernah putus memberikan kasih sayang, pertolongan dan kekuatan pada hamba-Nya. Setiap kebaikan yang ada dan terjadi paa diriku adalah semata-memata karena rahmat-Mu. Dengan rasa syukur dan rendah hati, kupersembahkan karya tulis ini sebagai bentuk tanggung jawab, pengabdian, ungkapan terima kasih, hormat dan kasih sayangku kepada :

1. Ibundaku, Hj.Siti Nurhayati. Wanita shalihah dan tangguh yang mendidik anak-anaknya dengan penuh cinta dan kasih sayang, keteladanan dan kejujuran. Do'a-do'anya adalah senjata terbaik saya dalam menjalani kehidupan ini.
2. Ayahanda H. Muhammad Toyib. Mentor terbaik yang tak pernah lelah mengajarkan, memberikan semangat dan membimbing saya menjadi pribadi yang lebih baik agar dapat memberikan manfaat bagi agama, bangsa dan negara.
3. Keluargaku yang senantiasa mendukungku.
4. Semua teman-teman baikku, terima kasih.

## **MOTTO**

“Dan janganlah kamu berputus asa daripada rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari pada rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur.”

(Q.S. Yusuf: 87)

“Tugas kita bukanlah untuk berhasil. Tugas kita adalah untuk mencoba, karena didalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil.”

(Mario Teguh)

“Mulai dari sekarang, karena waktu tidak akan menunggumu untuk berubah.

Apapun yang terjadi pada dirimu waktu akan terus berputar

dan tidak akan pernah kembali .”

(Andri)

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis daya tarik iklan televisi es krim Magnum terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang menjadi konsumen es krim Magnum. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil responden sebanyak 60 responden dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria responden adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen angkatan 2007-2009 dan responden yang memutuskan membeli produk es krim merek Magnum lebih dari satu kali.

Data yang diperoleh diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Menurut Supranto (2000:204) analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel pesan iklan (X1), penampilan visual (X2), bintang iklan (X3), audio (X4), pengaturan (X5) terhadap keputusan pembelian produk es krim merek magnum (Y).

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini bahwa variabel pesan iklan dan pengaturan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember, variabel bintang iklan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember, sedangkan variabel penampilan visual dan audio tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah variabel pesan iklan.

**Kata Kunci : Daya Tarik Iklan, Keputusan Pembelian.**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Indomaret Di Kabupaten Jember*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih pada :

1. Allah SWT terima kasih atas segala Rahmat dan Anugerah-nya. Dzat yang melimpahkan kasih tak terhingga dan membuat penulis bisa menyelesaikan titik akhir proses penelitian ini.
2. Prof. Dr. Moh. Saleh, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Prof. Dr. Hj. Istifadah, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Dr. Deasy Wulandari, SE. M.Si dan Dr. Nurhayati, M.M, selaku dosen pembimbing I dan II dengan penuh kesabaran menuntun, memberi semangat, dan nasihat sampai dengan selesainya penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan wawasan hingga saya dapat menyelesaikan studi ini.
7. Seluruh karyawan dan staf Fakultas Ekonomi.
8. Kedua orangtuaku, H. Mohammad Toyib SP dan Hj. Siti Nurhayati tercinta, yang telah mendoakan dan memberikan kasih sayang serta pengorbanan selama ini.

9. Ika Verda Gustiana STP dan Robbi Adam SH, kakakku tersayang yang telah memberi dukungan, semoga kita sama-sama menjadi anak yang bisa dibanggakan oleh orangtua, Amin.
10. Gita Firlana Aditya, yang senantiasa selalu memberiku semangat, perhatian, dan selalu mendukungku selama ini.
11. Untuk teman-teman (Mars Community), “Demma Telo Bongkeng, Ipe tanggul, Eeemak, Sari, Nophal Joko, Sihoek, Yudi Anduk, Acong, Adit, Sandy Mad, Neny bangsal city dkk”. Kalian adalah teman terbaikku, teman seperjuanganku, senang bisa kenal dengan kalian. Semoga dengan perjuangan terakhir kita ini bukan merupakan akhir dari persahabatan kita. Always Miss You All.
12. Kepada semua pihak yang dengan tulus ikhlas membantu dan mendo’akan keberhasilan untuk penulis, saya sampaikan banyak terima kasih. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, petunjuk, dan bimbingan-Nya kepada kita semua, Amin.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Penulis,

Jember, Januari 2012

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTO</b> .....	vi
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7

<b>BABA 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>8</b>
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.2 Promosi .....	8
2.1.3 Tujuan Promosi.....	9
2.1.4 Pengertian Periklanan .....	9
2.1.5 Tujuan Periklanan .....	10
2.1.6 Televisi Sebagai Salah Satu Media Periklanan.....	11
2.1.7 Daya Tarik Iklan .....	12
2.1.8 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.9 Keputusan Pembelian.....	14
<b>2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>15</b>
<b>2.3 Kerangka Konseptual.....</b>	<b>16</b>
<b>2.4 Hipotesis.....</b>	<b>17</b>
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>18</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>3.2 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>18</b>
<b>3.3 Jenis dan Sumber Data.....</b>	<b>19</b>
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>19</b>
<b>3.5 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>20</b>
<b>3.6 Skala Pengukuran.....</b>	<b>22</b>

<b>3.7 Uji Instrumen</b> .....	22
<b>3.8 Uji Asumsi Klasik</b> .....	24
<b>3.9 Metode Analisis Data</b> .....	25
<b>3.10 Uji Hipotesis</b> .....	26
<b>3.11 Kerangka Pemecahan Masalah</b> .....	28
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	30
<b>4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian</b> .....	30
4.1.1 Sejarah Singkat.....	30
4.1.2 Kondisi Intern Fakultas Ekonomi.....	31
4.1.3 Visi, Motto, dan Budaya .....	32
4.1.3 Struktur Organisasi .....	34
<b>4.2 Statistik Deskriptif</b> .....	38
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
4.2.2 Karakteristik Responden Dalam Menonton Televisi.....	55
<b>4.3 Analisis Kualitatif</b> .....	38
4.3.1 Uji Normalitas .....	39
4.3.2 Uji Instrumen .....	40
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	45
4.2.7 Uji Hipotesis .....	46
<b>4.4 Pembahasan</b> .....	49

4.5 Keterbatasan Penelitian .....	53
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	54
5.1 Kesimpulan .....	54
5.2 Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	57
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Pertumbuhan Konsumsi Es Krim per Kapita Dunia .....	1
Tabel 1.2 : Pangsa Pasar Produsen Es Krim Pabrikasi di Indonesia .....	2
Tabel 1.3 : Produk Es Krim Wall's Dengan Tingkat Penjualan Tertinggi	3
Tabel 2.1 : Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	15
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4.2 : Frekuensi Sering Tidaknya Responden Dalam Menonton Televisi.....	39
Tabel 4.3 : Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	40
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	41
Tabel 4.5 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	42
Tabel 4.6 : Hasil Uji Asumsi Multikolinieritas.....	43
Tabel 4.7 : Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	44
Tabel 4.8 : Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	45
Tabel 4.9 : Hasil Uji Hipotesis Uji t.....	47
Tabel 4.10 : Hasil Uji F.....	48

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual.....	17
Gambar 3.1 : Kerangka Pemecahan Masalah .....	28
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi .....	37



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....	58
Lampiran 2 : Data Kuesioner .....	65
Lampiran 3 : Out Put SPSS .....	69