

**ANALISIS PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR**

(Studi Pada Konsumen di Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta)



Oleh

RINA KURNIAWATI

20010410029

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**


2005

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR
(Studi Pada Konsumen di Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta)

Diajukan oleh
RINA KURNIAWATI
20010410029

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing I dan II


Siti Dyah Handayani, SE., MM.
NIK : 143 012

Tanggal 22 Februari 2005

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR

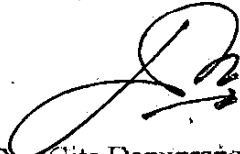
(Studi Pada Konsumen di Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta)

Diajukan oleh

RINA KURNIAWATI
20010410029

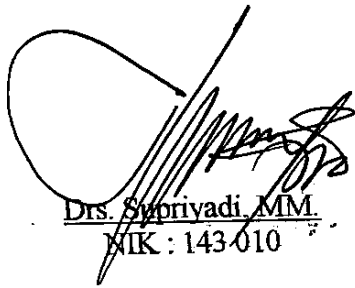
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 24 Maret 2005
Yang terdiri dari

Ketua Tim Penguji.

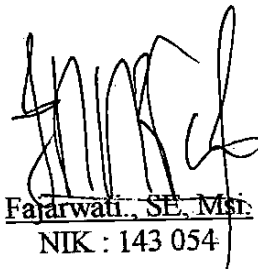


Drs. Gita Danupranata, MM.
NIK : 143 015

Anggota Tim Penguji

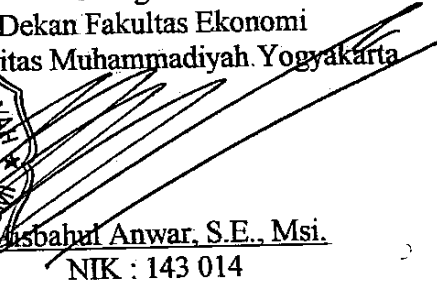


Drs. Supriyadi, MM.
NIK : 143-010



Fajarwati, SE, Msi.
NIK : 143 054

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Asbahul Anwar, S.E., Msi.
NIK : 143 014

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 24 Maret 2005



Rina Kurniawati



Motto


Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu'. (QS. AL-BAQARAH: 45)

Berdo'alah kamu kepada Allah dengan keyakinan bahwa do'amu itu akan dikabulkan, ketahuilah bahwa Allah tidak akan mengabulkan doa seseorang yang keluar dari hati hampa, tidak sungguh-sungguh. (HR. Tirmidzi dan Hakim)

Jika engkau menginginkan atau menyelesaikan suatu perkara, maka pelan-pelanlah (tenanglah), hingga Allah akan menunjukkan padamu jalan keluarnya. (HR. Bukhari.)

Orang yang gagal meraih sesuatu yang hebat, tak bisa dikatakan gagal total.

*Dia selalu yakin dan percaya bahwa paling tidak
Dia telah memenangkan perang terpenting dalam kehidupan
Yakni mengalahkan rasa takut untuk mencoba (Robert B. Schuller)*



PERSEMBAHAN

*Selama aku kau sayangi dan kau cabik
Segala maksud t'lah kumengerti
Dan mercusuarimu tetap kupandang*

*Selama aku kau gapai
Lembut-jemarimu menjadi pusat rinduku
Walau nanti kita akan berpisah*

*Selama aku kau ingat
Pasti kan terukir dibenakku
Kupersembahkan karya kecilku*

Untukmu... untukmu... dan untukmu!!!

Kupersembahkan karya kecilku ini teruntuk:

- ♥ Ayahanda dan Ibunda tercinta atas doa restu, nasehat dan kasih sayangnya didalam membesarkan dan mendidiku hingga selesainya skripsi ini.
- ♥ Kakek/ nenek (Alm) Wito Mulyarjo.
- ♥ Adikku Deni K S.
- ♥ Agus Yuniardi S. seseorang yang kelak dengan seizin Allah menjadi pendamping hidupku selamanya.
- ♥ Almamaterku.



“THANK’S TO”

Dengan ketulusan dan keikhlasan yang mereka berikan utukku atas doa, cinta, dan motivasi yang menjadikan setiap detik langkahku berarti serta mengajari aku untuk selalu mensyukuri atas apa yang telah diberikan oleh Allah SWT.

Keluarga Jakarta : Pakde Sarjono yang telah memberikan segala dukungan, do'a, nasehat, walaupun lewat sms. Sangat membantu dalam menumbuhkan semangat, percaya diri, dan tabah.

Nenekku Karti Tanu Sasmita, yang memberikan restunya utukku.

Bibi' Keuis, makasih nasehatnya saat berada di Jogja.

Om Gimanto dan Bulik Titin, makasih atas dorongannya.

Mbak Ida, makasih ya ucapannya. N' buat "*The Junior Girl*" Fira Faradila.

Om Teguh/ Bulik Nink n' Om Warno/ Bulik Nieck, makasih do'anya.

Mbak Lieka n' "The Junior son". Makasih untuk slalu berdo'a untuk kesuksesanku.

Adikku Deni, belajarlh yang rajin!! "*Do your best*"

Agus Yuniardi S, yang slalu mencintaiku dan menyayangiku dengan kesabaran, do'a, dukungan dan kesetiaan (cinta kita satu untuk slamanya, I Love U) "*THANKS FOR FAITHFULNESS, HAPPYNESS, LOVELYNESS, AND TOGETHERNESS.*"

Sepupu-sepupuku : Asep Atox n' teh Siti (slamat atas pernikahannya), Chandra n' Melly semoga tahun ini jadi merried, Bambang yang slalu nglucu, Uci, Yani, Shinta (kapan nich nyanyi bareng lagi?), Christina n' Fita (moga cepet nyusul jadi seorang Sarjana!..hi..hi..!!), Risa, Ivan (jadi anak yang pandai yach!), Fauzi yang masih imut, cepet gede.

Sahabat-sahabatku (yang berarti dan memberikan arti dalam hidup ini) : Ekky (makasih slama ini mau denger keluh kesahku, U're My Best Friend), Hera yang polos dan baik hati (where are you now, I miss u), Tary (sukses meniti karier), Shanti (sahabat SMA-ku).



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang tiada henti melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga tugas penulisan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR (Studi Pada Konsumen di Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta)” ini dapat terselesaikan dengan lancar.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dan meringankan beban dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Rasa terima kasih yang dalam dan tulus, penulis haturkan kepada:

1. Ibu Dra. Siti Dyah Handayani, MM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi petunjuk serta mendorong dan memberi semangat kepada penulis.
2. Bapak Drs. H Asnawi Asdinardju, Msi., selaku Dosen Pembimbing Akademik selama masa perkuliahan.
3. Bapak/Ibu staf Kecamatan Kalasan yang telah memberikan data serta informasi mengenai penduduk Wilayah Kecamatan Kalasan.
4. Kedua orang tuaku yang selalu memberikan dorongan, doa, cinta kasih dan

5. Para responden di Wilayah Kecamatan Kalasan yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
6. Teman-teman Manajemen “A”, Angkatan 2001, makasih semuanya dan semoga sukses menyongsong masa depan.
7. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga amal kebaikan berupa bimbingan, petunjuk, informasi maupun dorongan semangat yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal saleh serta mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna penyempurnaan lebih lanjut. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Amin

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR | ix |
| INTISARI..... | xi |
| DAFTAR ISI..... | xiii |
| DAFTAR TABEL..... | xvi |
| DAFTAR GAMBAR | xvii |
| BAB I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| B. Batasan Masalah..... | 4 |
| C. Rumusan Masalah | 5 |
| D. Tujuan Penelitian | 6 |
| E. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA..... | 7 |
| A. Landasan Teori..... | 7 |
| 1. Pengertian Pemasaran | 7 |
| 2. Konsep Pemasaran | 8 |
| 3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) | 10 |
| 4. Periklanan..... | 14 |
| | 20 |

| | |
|---|----|
| B. Hasil Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| C. Hipotesis..... | 30 |
| D. Model Penelitian | 31 |
| BAB III. METODA PENELITIAN..... | 32 |
| A. Obyek/Subyek Penelitian..... | 32 |
| B. Teknik Pengambilan Sampel..... | 32 |
| C. Jenis Data | 33 |
| D. Teknik Pengumpulan Data..... | 33 |
| E. Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 33 |
| F. Uji Kualitas Data..... | 35 |
| G. Uji Hipotesis dan Analisis Data | 37 |
| BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 43 |
| A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian | 43 |
| B. Profil Responden..... | 48 |
| C. Uji Kevalidan Data..... | 51 |
| D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) | 55 |
| E. Pembahasan (Interpretasi)..... | 65 |
| BAB V. SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN..... | 71 |
| A. Simpulan | 71 |
| B. Saran..... | 73 |
| C. Keterbatasan..... | 73 |

| | |
|--|-----|
| LAMPIRAN..... | 77 |
| Lampiran I Kuesioner | 77 |
| Lampiran II Rekapitulasi Hasil Kuesioner..... | 81 |
| Lampiran III Deskriptif Responden | 85 |
| Lampiran IV Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 93 |
| Lampiran V Hasil Analisis Regresi Linear Berganda..... | 98 |
| | 100 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| 4.1 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin..... | 45 |
| 4.2 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Pendidikan..... | 46 |
| 4.3 Tabulasi Sampel Hasil Penelitian..... | 47 |
| 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia | 48 |
| 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 49 |
| 4.6 Latar Belakang Pendidikan Responden | 50 |
| 4.7 Hasil Uji Validitas..... | 51 |
| 4.8 Hasil Uji Reliabilitas..... | 52 |
| 4.9 Estimasi Regresi Linear Berganda..... | 54 |
| 4.10 Hasil Perhitungan F-Test..... | 57 |
| | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| 2.1 Pengaruh Jangka Panjang Iklan | 17 |
| 2.2 Proses Keputusan Membeli..... | 26 |
| | 31 |