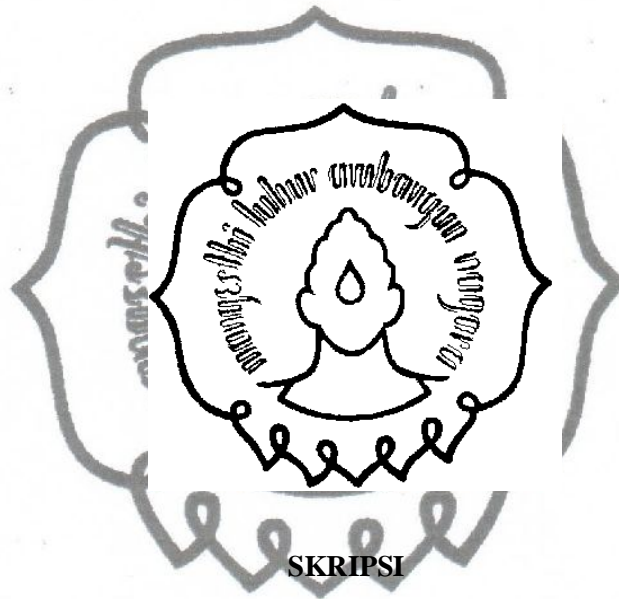


**PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI
PASTA GIGI PEPSODENT
(Studi Kasus pada Mahasiswa Angkatan 2009 - 2010
Pendidikan Ekonomi FKIP UNS)**



Oleh:
TAUFIK
K 7406148

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

Februari 2013
commit to user

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Taufik
NIM : K7406148
Jurusan/Prodi/BKK : PIPS/ PendidikanEkonomi/ BKK PTN

Menyatakan bahwa skripsi saya berjudul "**PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PASTA GIGI PEPSODENT (Studi Kasus pada Mahasiswa Angkatan 2009 - 2010 Pendidikan Ekonomi FKIP UNS)**" ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Selain itu, sumber informasi yang dikutip dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila pada kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Surakarta, Februari 2013

Yang membuat pernyataan

Taufik

**PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI
PASTA GIGI PEPSODENT
(Studi Kasus pada Mahasiswa Angkatan 2009 - 2010
Pendidikan Ekonomi FKIP UNS)**



Oleh:
TAUFIK
K 7406148

Skripsi

**Ditulis dan diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan
Gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi
Bidang Keahlian Khusus Pendidikan Tata Niaga
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

Februari 2013
commit to user

PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta.



Persetujuan Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Sudarno, S. Pd, M. Pd
NIP. 19681125 199403 1 002

Jonet Ariyanto N, S.E, M.M
NIP. 19750728 200501 1 002

commit to user

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret dan diterima untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan.

Pada hari :

Tanggal :

Tim Penguji Skripsi

Nama Terang

Ketua : Dra. Sri Wahyuni, MM

Sekretaris : Salman Alfarisy Totalia, S.Pd, M.Si

Anggota I : Sudarno, S.Pd, M.Pd

Anggota II : Jonet Ariyanto, N, SE, MM

Tanda Tangan

Disahkan oleh:

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Sebelas Maret

Dekan,

Prof. Dr. M. Furqon Hidayatullah, M.Pd.

NIP 196007271987021001

commit to user

ABSTRAK

Taufik. **PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI PASTA GIGI PEPSODENT (Studi Kasus pada Mahasiswa Angkatan 2009 - 2010 Pendidikan Ekonomi FKIP UNS)**. Skripsi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta. Februari 2013.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengetahui pengaruh media iklan televisi, radio, majalah, surat kabar, dan papan reklame secara simultan terhadap keputusan konsumen membeli produk pasta gigi Pepsodent. (2) Mengetahui pengaruh media iklan televisi, radio, majalah, surat kabar, dan papan reklame secara parsial terhadap keputusan konsumen membeli produk pasta gigi Pepsodent. (3) Mengetahui variabel media iklan Pepsodent manakah yang memiliki kontribusi paling besar terhadap keputusan konsumen membeli produk pasta gigi Pepsodent.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2009 dan 2010 Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah menggunakan produk pasta gigi Pepsodent serta pernah melihat iklan pasta gigi Pepsodent. Pada penelitian ini besarnya jumlah sampel ditentukan sebanyak 76 responden. Try out yang dilakukan terhadap 30 responden di dalam populasi, dengan hasil valid dan reliabel. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh dengan memberikan kuesioner kepada responden. Uji prasyarat analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: normalitas, linearitas, autokorelasi, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa: (1) Hasil uji F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 14,033 dan F_{tabel} sebesar 2,345 pada taraf signifikansi 0,05; karena nilai F_{hitung} lebih besar daripada F_{tabel} ($14,033 > 2,345$) sehingga disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel media iklan televisi (X_1), media iklan radio (X_2), media iklan majalah (X_3), media iklan surat kabar (X_4) dan media iklan papan reklame (X_5) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). (2) Hasil uji t, variabel media iklan televisi (X_1) mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2,361; media iklan radio (X_2) mendapatkan nilai sebesar -1,128; media iklan majalah (X_3) mendapatkan nilai sebesar 2,232; media iklan surat kabar (X_4) mendapatkan nilai sebesar 2,351 dan media iklan papan reklame (X_5) mendapatkan nilai sebesar 2,323, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,994 pada taraf signifikansi 0.05. Sehingga disimpulkan variabel media iklan {televisi (X_1), majalah (X_3), surat kabar (X_4), dan papan reklame (X_5)} secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk pasta gigi Pepsodent. Sedangkan variabel media iklan radio (X_2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen membeli produk pasta gigi Pepsodent. (3)

commit to user

Berdasarkan persamaan garis regresi, $Y = 0,879 + 0,372 X_1 - 0,238 X_2 + 0,253 X_3 + 0,359 X_4 + 0,185 X_5$, dapat disimpulkan bahwa variabel televisi (X_1) dengan nilai 0,372 paling tinggi memberikan kontribusi terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dibanding variabel bebas lainnya.

Simpulan penelitian ini adalah media iklan berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli pasta gigi Pepsodent, dan media iklan yang paling besar pengaruhnya adalah televisi

Kata kunci : media iklan, keputusan pembelian



ABSTRACT

Taufik. **THE INFLUENCE OF ADVERTISING MEDIA ON CONSUMER BUYING DECISION Pepsodent toothpaste (Case Study on Students Force from 2009 to 2010 Economic Education FKIP UNS)**. Thesis, Faculty of Teacher Training and Education Sebelas Maret University of Surakarta. February 2013.

The research was aimed to (1) Determine the influence of television advertising media, radio, magazines, newspapers, and billboards simultaneously on the consumer's decision to buy Pepsodent toothpaste products. (2) Know the influence of television advertising media, radio, magazines, newspapers, and billboards partially on the consumer's decision to buy Pepsodent toothpaste products. (3) Know the Pepsodent ad media variables which have contributed most to the consumer's decision to buy Pepsodent toothpaste products.

This research used a descriptive quantitative research methods, the population in this study were students Force on Economic Education, 2009 and 2010 Sebelas Maret University of Surakarta who have used the product Pepsodent toothpaste and ever saw Pepsodent toothpaste ads. In this research, the large number of samples was determined by 76 respondents. Try out conducted on 30 respondents in the population with valid and reliable results. The data collection technique used a questionnaire with Likert scale. The data analysis technique used multiple regression analysis.

The data used in this study was form of primary data obtained by giving questionnaires to the respondents. Test requirements analysis used in this study include: normality, linearity, autocorrelation, multicollinearity and heteroscedasticity. Testing the hypothesis in this research used multiple regression analysis, F test and t test.

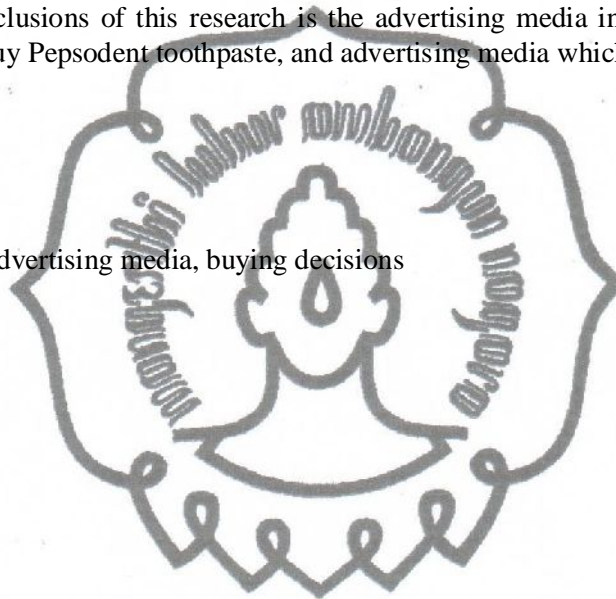
Based on these results it can be concluded that: (1) The test results obtained F value of 14,033 and Ftable Fcount of 2,345 at a significance level of 0,05, as Fcount value greater than F table ($14,033 > 2,345$) thus concluded that there is significant influence between media variables television advertising (X1), radio advertising media (X2), the media magazine advertising (X3), newspaper advertising media (X4) and media advertising billboards (X5) on the purchase decision variable (Y). (2) The results of the t test, the variable of television advertising media (X1) get tcount of 2,361; radio advertising media (X2) obtain a value of -1,128; media magazine advertising (X3) obtain a value of 2,232; media newspaper ads (X4) obtain a value of 2,351 and billboard advertising media (X5) obtain a value of 2,323, while the value of 1,994 ttable at significance level 0,05. Thus it can be concluded that television advertising media variables (X1), magazines (X3), newspapers (X4), and

commit to user

billboards (X5) } partially significant effect on consumers' decision to buy the product Pepsodent toothpaste. While radio advertising media variables (X2) partially not significantly influence the consumer's decision to buy Pepsodent toothpaste products. (3) Based on the equation of the regression line, $Y = 0,879 + 0,372 X1 - 0,238 X2 + 0,253 X3 + 0,359 X4 + 0,185 X5$, it can be concluded that the television variable (X1) with the highest value of 0,372 to contribute to the buying decision variable (Y) compared to the other independent variables.

Conclusions of this research is the advertising media influence consumers' decision to buy Pepsodent toothpaste, and advertising media which has greatest effect is television

Keywords: advertising media, buying decisions



MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(QS. Al Baqarah : 286)

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”
(Thomas Alva Edison)

“Jika yakin dengan suatu hal maka lakukanlah yang terbaik sampai menemui keberhasilan atau kegagalan dalam meraihnya, jangan berlama-lama dalam keraguan”
(Peneliti)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh syukur kepada-Mu, kupersembahkan skripsi ini untuk:

Ibu dan Bapakku yang selalu mendo'akan dan selalu mengupayakan segala hal yang terbaik untukku dalam kondisi apapun.

Adzkia yang selalu menyemangati dan memberikan support dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih.

Rekan-rekan PTN 2006 dan Lintas Angkatan yang banyak memberikan bantuan dan dukungannya.

Crew Q-ta Snack yang telah banyak membantu terselesaikannya skripsi ini.

Rekan-rekan FCR, jadilah penjelajah dimanapun kalian berada.

Almamater tercinta, kampus yang memberikan pengalaman yang sangat berharga.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT, Rabb semesta alam, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang Maha memberikan rahmat dan baarokah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, guna memenuhi sebagian persyaratan mendapat gelar Sarjana Pendidikan. Selama pembuatan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Furqon Hidayatullah, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta, atas ijin penulisan skripsi ini.
2. Drs. Saiful Bachri, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta, atas ijin penulisan skripsi ini.
3. Dr. Wiedy Murtini, M.Pd., Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan izin penulisan skripsi.
4. Dra. Sri Wahyuni, M.M selaku Ketua Bidang Keahlian Khusus Pendidikan Tata Niaga Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta yang telah memberikan bimbingan dan arahan demi kelancaran penulisan skripsi ini.
5. Sudarno, S.Pd, M.Pd selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Jonet Ariyanto, N, SE, MM selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan masukan, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Prof. Dr. Trisno Martono, M.M selaku Pembimbing Akademis yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama di bangku perkuliahan.

8. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi BKK Pendidikan Tata Niaga yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga dapat menunjang terselesainya skripsi ini.
9. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2009 dan 2010 yang telah banyak membantu skripsi ini dengan menjawab kuesioner yang diberikan.
10. Teman-teman PTN angkatan 2006 atas segala dukungan dan semangatnya.
11. Berbagai pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat peneliti harapkan. Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surakarta, Februari 2013

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGAJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN MOTTO	x
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori dan Hasil Penelitian yang Relevan.....	8
1. Tinjauan Tentang Pemasaran.....	8
2. Tinjauan Perilaku Konsumen.....	11
3. Tinjauan Tentang Keputusan Pembelian.....	17
4. Tinjauan Tentang Promosi.....	19
5. Tinjauan Tentang Iklan.....	21

commit to user

6. Kegiatan Iklan Pasta Gigi Pepsodent.....	33
7. Penelitian Yang Relevan.....	34
B. Kerangka Berpikir	35
C. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
B. Rancangan Penelitian	39
C. Populasi dan Sampel.....	39
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	42
E. Pengumpulan Data	43
F. Validasi Instrumen Penelitian	46
G. Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Data	54
B. Pengujian Persyaratan Analisis	55
1. Uji Normalitas	55
2. Uji Linieritas.....	56
3. Uji Autokorelasi.....	60
4. Uji Multikolinearitas.....	61
5. Uji Heteroskedastisitas.....	62
C. Pengujian Hipotesis	63
1. Analisis Regresi Ganda.....	64
2. Uji F.....	65
3. Uji t.....	67
4. Koefisien Determinasi.....	69
D. Pembahasan Hasil Analisis Data	70
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
A. Simpulan	79
B. Implikasi	80

commit to user

C. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

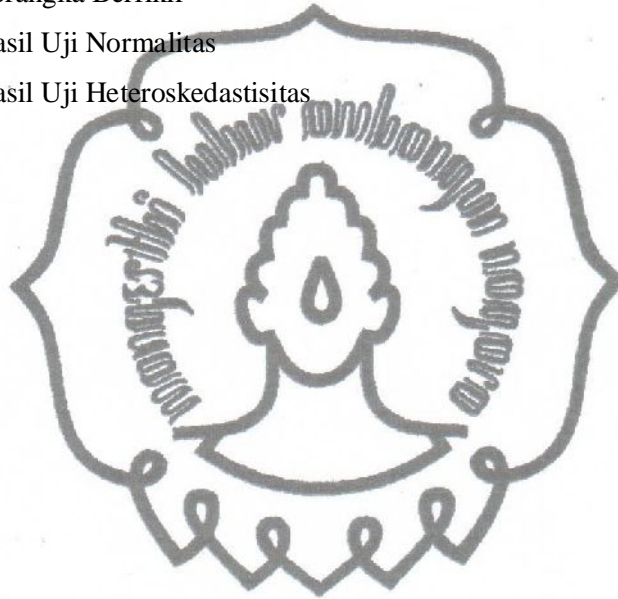


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Merek Pasta Gigi yang paling banyak dibicarakan	3
Tabel 2. Merek Pasta Gigi terbaik versi majalah SWA	4
Tabel 3. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian	42
Tabel 4. Daftar Jumlah Mahasiswa P. Ekonomi 2009	44
Tabel 5. Daftar Jumlah Mahasiswa P. Ekonomi 2010	44
Tabel 6. Deskripsi Data Penelitian	58
Tabel 7. Hasil Uji Linearitas X_1	60
Tabel 8. Hasil Uji Linearitas X_2	61
Tabel 9. Hasil Uji Linearitas X_3	62
Tabel 10. Hasil Uji Linearitas X_4	63
Tabel 11. Hasil Uji Linearitas X_5	63
Tabel 12. Hasil Uji Autokorelasi	64
Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 14. Hasil Uji Regresi Ganda	68
Tabel 15. Hasil Uji F	70
Tabel 16. Hasil Uji t	71
Tabel 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Model Perilaku Konsumen	13
Gambar 2. Kerangka Berfikir	36
Gambar 3. Hasil Uji Normalitas	59
Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	66



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Definisi Operasional Variabel	85
Lampiran 2. Angket Pra-Penelitian	102
Lampiran 3. Surat Pengantar Kuesioner	103
Lampiran 4. Angket Penelitian	104
Lampiran 5. Data Tabulasi Try Out	110
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	113
Lampiran 7. Tabulasi Data Penelitian	130
Lampiran 8. Data Induk Penelitian	136
Lampiran 9. Deskripsi Data Penelitian	137
Lampiran 10. Uji Prasyarat Analisis	138
Lampiran 11. Uji Hipotesis	143
Lampiran 12. Daftar Populasi Penelitian	146
Lampiran 13. Contoh Iklan Pepsodent	149