

1643/KOM-D/SD-S1/2014

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN PT COCA COLA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MINUMAN
COCA COLA DIPEKANBARU**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Syarat Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi**



OLEH:

DIANA FITRIA

NIM. 11043202828

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2014**



SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: isin-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Minat Beli Pada Minuman Coca-Cola)" yang ditulis oleh:

Nama : Diana Fitria
NIM : 11043202828
Jurusan : Komunikasi

Telah dimunaqasahkan dalam sidang panitia ujian sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 29 April 2014

Sehingga skripsi ini dapat diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 30 April 2014

Dekan,

Dr. Yasril Yazid, MIS
NIP. 19720429 200501 1 004

Panitia Sidang Munaqasah

Ketua,

Darusman, M. Ag
NIP. 19700813199703 1 001

Sekretaris,

Firdaus El Hadi, M. Soc.sc
NIP. 19761212 2003121004

Penguji I

Drs. Suhaimi D. M. Si
NIP. 19570828197903 1 002

Penguji II

Dra. Atjih Sukaesih, M. Si
NIP. 19691118199603 2 001

ABSTRAK

Komunikasi Pemasaran adalah aktivitas menyebarkan informasi, mempengaruhi dan membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Dan minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran PT Coca Cola terhadap minat beli konsumen pada minuman Coca Cola. Kegunaan penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan ataupun menambah pengetahuan terutama pada devisi marketing dalam melakukan komunikasi untuk menarik minat konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan metode korelasional yaitu meneliti pengaruh antara variabel-variabel. Yang menjadi Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen minuman Coca Cola yang ada di pekanbaru, sedangkan subyek penelitian ini adalah konsumen minuman coca cola dengan sampel sebanyak 50 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling*, Yaitu sampel dengan pertimbangan kemudahan merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kemudahan saja. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan orang tadi ada disitu atau kebetulan dia mengenal orang tersebut.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara komunikasi pemasaran terhadap minat beli konsumen dengan menggunakan korelasional product moment dengan hasil sebesar 0,499 atau (49,9%) yang berarti berpengaruh cukup kuat. Komunikasi pemasaran PT Coca Cola terhadap minat beli konsumen dinilai cukup baik.

KATA PENGANTAR

Sungguh segala puji hanyalah milik Allah SWT atas rahmat dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada nabi Muhammad SAW yang telah membimbing manusia dari alam kegelapan ke alam terang benderang.

Penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh komunikasi pemasaran PT Coca Cola terhadap minat beli konsumen pada minuman coca cola di Pekanbaru”** tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Orang tua tercinta sebagai motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendo'akan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran untuk membimbingku sampai sekarang.
2. Bapak Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Prof. Dr. H. M. Nazir, M.A.
3. Bapak Dr. Yasril, M.Si selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim Riau, Wakil Dekan I Bapak Darusman, M.Ag, Wakil Dekan II Drs. Ginda, M.Ag dan Wakil Dekan III Bapak Drs. H. Abdul Rahman M.Si.

4. Bapak Ketua Jurusan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Firdaus El Hadi, M.Soc.Sc.
5. Bapak Drs. H.Abdul Rahman M.Si selaku Pembimbing I dan Bapak Zulkarnaini, M.Ag selaku Pembimbing II, terimakasih atas semua bimbingan dan pengarahan yang telah Bapak berikan dengan ikhlas dan sabar dari awal dan akhir penulisan skripsi ini.
6. Bapak Suhaimi D, M.Si sebagai Penguji I dan Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si sebagai Penguji II, terimakasih atas sarannya dan pengarahannya untuk penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat lebih baik lagi.
7. Bapak Drs. Suhaimi D, M.Si selaku Kepala Perpustakaan Universitas Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Drs Sudirman M.Ag selaku Penasehat Akademik terimakasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
9. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terimakasih atas ilmu yang telah diberikan, semoga menjadi bekal dan berkah yang baik bagi penulis dalam menjalani kehidupan.
10. Kepada Abang, kakak dan adikku yang telah memberikan dukungan penuh baik secara moral maupun material untuk menyelesaikan perkuliahan ini dari awal sampai akhir.
11. Kepada seluruh keluarga besar, abang ipar, kakak ipar, Ibu Imah, Kak lina, Terimakasih motivasi yang telah diberikan.

12. Seluruh yang terlibat dalam penelitian ini, Pegawai yang berada di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dan staf-staf PT Coca Cola yang telah membantu saya dalam penulisan skripsi ini.
13. Untuk orang-orang terdekat penulis , aby, ama, Ulong, Umi yang telah menemani dan mau mendengarkan curhatanku ketika sedih maupun senang, dan juga mengajarkan apabila ada perkuliahan yang tidak difahami. Dan selanjutnya kepada Fitria Adelina, Zuli Nastina dan Afria Husnita begitu banyak kenangan yang kita lalui bersama,dimasa perkuliahan, susah senang bersama, sampai ke tahap akhir skripsi inipun kita tetap selalu bersama , dan tidak lupa juga untuk Sri Mulyani, Aridha helty dan Vina Wahyuni yang telah ikut memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini, dan tidak lupa teman kelas kom C dan PR B kenangan kebersamaan kita akan selalu dihati.

Pekanbaru, 16 April 2010

Penulis

Diana Fitria

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
ABSTRAKSI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Alasan Memilih Judul.....	6
C. Penegasan Istilah	6
D. Permasalahan.....	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional	8
G. hipotesis.....	23
H. Metode Penelitian.....	24
I. Jadwal Penelitian	32
J. Sistematika Penulisan	33
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	34
A. Sejarah Coca Cola Amatil Indonesia.....	34
B. Jenis-jenis Produk Coca Cola	38
C. Struktur Organisasi PT. Coca Cola.....	39
BAB III PENYAJIAN DATA	41
A. Identitas responden.....	41

B. Variabel Komunikasi Pemasaran.....	43
C. Variabel Minat Beli Konsumen.....	57
BAB IV ANALISA DATA.....	72
A. Uji Validitas dan Realibilitas	72
B. Uji Normalitas	82
C. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	83
D. Analisis Koefisien Determinasi	85
E. Uji Korelasi.....	86
F. Uji Hipotesis	89
BAB V PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DOKUMENTASI	