

**PENGARUH IKLAN MEDIA TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK TELKOMSEL (As)
(Study Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
UIN Suska Riau)**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

OLEH

**MUTONGAT
11071103970**

PROGRAM S.1

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2014

**PENGARUH IKLAN MEDIA TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK TELKOMSEL (As)
(Study Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
UIN Suska Riau)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan
Syarif Kasim Riau



OLEH

MUTONGAT
11071103970

PROGRAM S.1

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

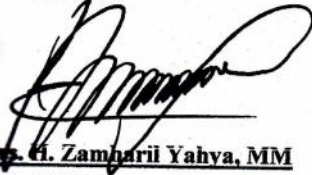
2014

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : MUTONGAT
NIM : 11071103970
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH IKLAN MEDIA TELEVISI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK
TELKOMSEL (As).
(Study Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
UIN Suska Riau).

PANITIA PENGUJI

KETUA



Dr. H. Zamhari Yahya, MM
NIP. 19520615 198103 1 003

SEKRETARIS



Marwiyah
NIP. 19810719 200901 2 009

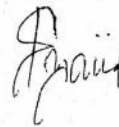
ANGGOTA

PENGUJI I



Irien Violinda Anggriani, SE, M.Si
NIP. 19751106 200710 2 003

PENGUJI II



Sahwitri Triandani, SE, M.Si
NIP. 19820806 200604 2 002

ABSTRAKS

“PENGARUH IKLAN MEDIA TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK TELKOMSL (As).

(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau”

Oleh :

MUTONGAT

11071103970

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau dengan sampel berjumlah 95 orang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah iklan media televisi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan membagikan kuesioner langsung kepada responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel melalui pengujian validitas dengan pearson correlation dan reliabilitas dengan cronbach alpha. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana diperoleh persamaan $Y = 6,114 + 0,651X + e$.

Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara iklan Media televisi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,422 > 1,986$.

Kata Kunci: Iklan Media Televisi, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah *Robbil' alamin*, tiada kata yang paling indah selain puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beserta salam tidak lupa kita limpahkan kepada junjungan alam Nabiullah Muhammad SAW, dengan mengucap *Allahumma Shalli'ala Muhammad Wa'alaalihi Syaidina Muhammad*, yang telah berjuang membawa umat manusia dari zaman unta menuju zaman kereta, sehingga manusia dapat membedakan antara hak dan yang bathil. Semoga kita termasuk dalam generasi akhir zaman yang mendapatkan syafa'atnya diakhir kelak nanti.

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH IKLAN MEDIA TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK TELKOMSEL (As) (Study Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau)”** disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, Riau.

Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis juga ingin menyampaikan ribuan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangan pikiran, waktu dan tenaga serta bantuan moril dan materil khususnya kepada :

1. Almarhumah Ayahanda Parno, Bapak Iwan dan Ibuku Tumini tercinta, yang telah membesarkan, membimbing dengan penuh pengorbanan, sungguh mulia pengorbananmu, dengan kesabaran, ketabahan, kasih sayang, doa serta dukungan untuk keberhasilan daku, Terima kasih.
2. Buat Mbak Dan Adik-adik ku, yang selalu memberikan doa, semangat serta selalu memberikan bantuan moril yang tak terhingga bagiku hingga sampai selesainya skripsi ini, semoga yang kuasa selalu memberikan kesehatan, umur yang panjang serta selalu dimudahkan rezkinya.
3. Bapak Prof. Dr. Munzir Hitami, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menimba ilmu pengetahuan di Universitas tercinta ini.
4. Bapak DR. Mahendra Romus, SP, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Fakhurrozi, SE, MM, selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Mulia Sosiady, SE, MM, Ak selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen selaku staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah

memberikan bimbingan dan mengajarkan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.

9. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu banyak bagi penulis dalam proses administrasi selama perkuliahan.
10. Buat wawan sekeluarga, terimakasih atassegalanya, karena tanpa mereka, penulis tidak mungkin bias sampai seperti ini, semoga Allah SWT membalas beribu – ribu kali lipat kebaikan yang telah diberikan kepadaku.
11. Buat seluruh keluargaku di MASTERKOM terima kasih, atas motivasi, wejangan, nasihat, kritik dan kehangatan yang kalian berikan, terimakasih.
12. Buat teman-teman dekatku,wawan, khairul, sadri, agus , budi, jony, ikum, windy, nia, edi, sarif, endra, seluruh sahabat KKN desa sesap, serta masih banyak lagi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan semangat dan motivasi, serta kebersamaan dan keceriaan yang kalian berikan.
13. Serta semua pihak yang membantu dan memberikan sumbangan baik moril ataupun materil dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun sangat diharapkan guna kesempurnaan skripsi ini

Pekanbaru, 23 Juni 2014

Penulis,

Mutongat
11071103970

DAFTAR ISI

ABSTRAK	1
KATA PENGANTAR	2
DAFTAR ISI	3
DAFTAR TABEL	4
DAFTAR GAMBAR	5
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
D. Sistematika Penulisan	4
BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
A. Pengertian Pemasaran	6
B. Definisi Bauran Pemasaran	6
C. Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	8
D. Iklan	9
1. Pengertian Periklanan	9
2. Tujuan periklanan.....	10
3. Media – media Periklanan	12
E. Iklan Televisi	13
a. Bentuk Iklan Media Televisi	14
b. Keunggulan dan kelemahan media televisi	17
F. Waktu Penayangan Iklan	19
G. Pengertian Keputusan Pembelian	20
H. Faktor yang mempengaruhi Prilaku Keputusan dalam Pembelian	22
I. Tahapan – Tahapan keputusan pembelian.....	24
J. Hubungan Periklanan dan Keputusan pembelian	28
K. Penelitian terdahulu	30

L. Ayat – Ayat Al-qur’an yang berhubungan dengan pemasaran	32
M. Kerangka Konseptual.....	34
N. Hipotesis.....	35
O. Variabel Penelitian	35

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	37
B. Jenis dan Sumber Data	37
C. Teknik Pengumpulan Data	38
D. Teknik Pengambilan Sampel	38
E. Uji Kualitas Data	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas	41
3. Uji Normalitas	42
F. Uji Asumsi Klasik	42
G. Teknik Analisa Data	43
H. Ujian Hipotesis	44

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.....	47
B. Struktur Organisasi	48

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pengujian Kualitas Data	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	53
3. Uji Normalitas	54
4. Uji Asumsi Klasik	
a. autokorelasi	55
b. uji heteroskedastisitas.....	56

B. Uji Hipotesis	57
1. Analisis Regresi Sederhana	57
2. uji signifikan secara parsial (uji t).....	58
3. Uji Determinasi	60

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA	63
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	65
-----------------------	-----------