

**PENGARUH IKLAN AUDIOVISUAL HAND & BODY MEREK CITRA
TERHADAP PEMBELIAN KONSUMEN MASYARAKAT TAMPAN
PEKANBARU**

SKRIPSI

OLEH :

SUSILAWATI. M
NIM : 11071200633



JURUSAN MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
APRIL 2014

**PENGARUH IKLAN AUDIOVISUAL HAND & BODY MEREK CITRA
TERHADAP PEMBELIAN KONSUMEN MASYARAKAT TAMPAN
PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Skripsi dan Oral
Komprehensif Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri
Riau Pekanbaru

OLEH :

SUSILAWATI. M
NIM : 11071200633



**JURUSAN MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2014**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SUSILAWATI. M
NIM : 1107120633
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JURUSAN : MANAJEMEN S1
JUDUL : PENGARUH IKLAN AUDIOVISUAL
HAND & BODY MEREK CITRA
TERHADAP PEMBELIAN KONSUMEN
MASYARAKAT TAMPAN PEKAN BARU
HARI/TANGGAL : 21 APRIL 2014
UJIAN

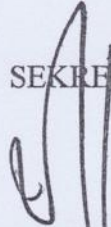
PANITIA PENGUJI

KETUA



DRS. ALPIZAR. MSI
NIP. 19640625 199 203 1 004

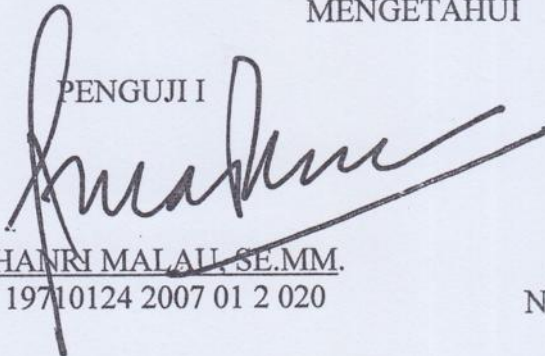
SEKRETARIS



MUHAMMAD APRIL, SH.M. HUM
NIK. 1110 712 072

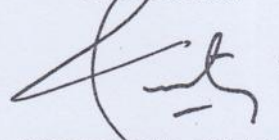
MENGETAHUI

PENGUJI I



RIKI HANRI MALAI, SE.MM.
NIP. 19710124 2007 01 2 020

PENGUJI II



PUTRIANA, SE.MM
NIP. 19691120 200701 2 023

ABSTRAK

“PENGARUH IKLAN AUDIOVISUAL HAND & BODY MEREK CITRA PADA PEMBELIAN KONSUMEN MASYARAKAT TAMPAN PEKANBARU”

Oleh :

Susilawati. M

Penelitian ini dilaksanakan terhadap konsumen masyarakat Tampan Pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah iklan audiovisual hand & body Citra berpengaruh terhadap pembelian konsumen masyarakat tampan Pekanbaru. Dalam pengambilan data yang menjadi populasi adalah perempuan yang membeli hand & body merek Citra merupakan keseluruhan dari objek penelitian adalah masyarakat tampan pekanbaru yang Citra yang berjumlah 100 orang. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling yaitu pengambilan sampel secara sengaja, dengan catatan sampel tersebut mempunyai hubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah Spokeperson (X_1), Testimonial (X_2), Demonstration (X_3) dan Life style (X_4). Dalam menganalisis data yang dikumpulkan penulis menggunakan metode kuantitatif, kemudian dari hasil penelitian tersebut dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda dan menggunakan program SPSS 17.

Kata Kunci : Spokeperson, Testimonial, Demonstration, Life Style.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan hiyah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang berjudul “**PENGARUH IKLAN AUDIOVISUAL HAND & BODY MEREK CITRA TERHADAP PEMBELIAN KONSMEN MASYARAKAT TAMPAN PEKANBARU**” guna memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti ujian oral komprehensif pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Riau. Sholawat beserta salam tentunya selalu terucapkan kepada rosulullah SAW yang telah berjuang untuk menerangi kehidupan ini dengan ilmu pengetahuan.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, baik dalam segi materi maupun dalam teknis penulisannya. Hal ini tentunya disebabkan oleh keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca yang berniat membangun, demi terbentuknya sebuah tulisan ilmiah yang sempurna.

Penulis sangat merasakan banyaknya bantuan bimbingan dan arahan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada mereka yaitu:

1. Ayahnda Masriatin dan ibunda Zuryana tercinta, dan nenek saya yang tersayang Kartini. Terima kasih atas semua kasih sayang, pengorbanan, dorongan, semangat dan Do'a yang tidak ternilai harganya yang telah ayah dan ibu berikan.
2. Buat abang-abang saya Rian, anton, serta adik-adik saya Darmawan, Syafrudin dan Zulkifli yang sangat saya sayangi. Kalian semua merupakan motivasi terbesar saya untuk selalu sukses. Serta keluarga besar ayahnda dan ibunda yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terima kasih atas Do'anya.
3. Yang terhormat Bapak Prof. Dr.H.M Nazir selaku Rektor Universitas islam Negeri Riau.
4. Yang terhormat Bapak Dr. Mahendra Romus, Sp. M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.
5. Yang terhormat Bapak Mulia Sosiady. SE, MM, Ak, selaku ketua Jurusan Manjemen Fakultas Ekonomi dan ilmu sosial.
6. Yang terhormat Bapak Masteven SE, AK selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada saya selama mengikuti perkuliahan.
7. Yang terhormat Bapak M. Rahcmadi, SE, MM selaku Dosen pembimbing Proposal dan Bapak Riki Hanri malau, SE, MM selaku dosen bimbingan Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran serta koreksi yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.

8. Yang terhormat Bapak Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan arahan selama perkuliahan serta Staf dan Pegawai pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.
9. Kepada teman-teman seperjuangan khususnya manajemen Pemasaran B yang tidak basa disebutkan satu persatu, dan sahabat-sahabat ku yang selalu mendukung dan membantu (Diah, Lilly, almia) saya sayang kalian, mudah-mudahan kita selalu sahabat hingga waktu yang memisahkan, semoga kita bertemu dipuncak kesuksesan (amiin), Serta kepada teman kos yang sudah tidak terasa 4 tahun bersama yang saya anggap sebagai keluarga dipekanbaru ini (kak diana, kak maria, kak juli tati dan Tina) terima kasih buat kalian semua.
10. Buat kekasih ku yang tercinta Hendri Refla., terima kasih atas dukungan, semangat dan pengertian mu selama ini. Tiada batas untuk mu mengeluh menanti dalam perjalanan ku dengan kesabaran mu yang menanti ku.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal sholeh dan penulis mendo'akan semoga Allah SWT memberi balasan pahala yang berlipat ganda. Akhir kata, penulis mengharapkan semoga apa yang tertuang dalam skripsi ini dapat memberikan manfaat pada kita semua.

Wassalmu'alaikum, wr, wb.

Pekanbaru, 27 maret 2014

Penulis

Susilawati. M
11071200633

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Penulisan	6
BAB II : Tinjauan Pustaka	
A. Pengertian Pemasaran.....	8
B. Konsep Pemasaran.....	8
C. Segmentasi, Target dan Posisi (STP)	11
D. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	13
E. Iklan Televisi	15
F. Pembelian Konsumen.....	29
G. Penelitian Terdahulu.....	38
H. Pemasaran dalam Islam	39
I. Hipotesis	41
J. Kerangka berpikir.....	42
K. Variabel Penelitian	43
L. Konsep Operasional variabel.....	43
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	46
B. Jenis dan sumber data.....	46
C. Populasi dan sampel	47
D. Teknik Pengumpulan Data	48
E. Teknik Pengukuran Variabel	48
F. Teknik Analisa data.....	50
G. Regresi linier berganda.....	54
H. Uji Hipotesis.....	55

BAB IV	: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	1. PT. UNILEVER INDONESIA	
	A. Sejarah Singkat perusahaan.....	56
	B. Perkembangan Perusahaan.....	56
	C. Produk Produk Perusahaan	58
	D. Struktur Organisasi Perusahaan	59
	2. KECAMATAN TAMPAN PEKANBARU	
	A. Sejarah Singkat Kecamatan Tampan.....	63
	B. Penduduk	64
	C. Pendidikan Dan Budaya	65
	D. Kesehatan	65
	E. Ekonomi	66
BAB V	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Identitas Responden	67
	B. Diskripsi Variabel	69
	C. Uji Analisis	79
	D. Analisis Regresi Linear Berganda	85
	E. Uji Hipotesis	86
	F. Pembahasan.....	91
BAB VI	: KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	93
	B. Saran	94

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN