

INTISARI

Melihat perkembangan dunia teknologi dari tahun ke tahun berubah-ubah dan perkembangan teknologi berkembang dengan pesat, telepon seluler juga sebagai salah satu kebutuhan manusia selain makanan dan tempat tinggal, ini merupakan suatu peluang bisnis yang menguntungkan. PT. “X” yang merupakan salah satu perusahaan seluler yang mengkhususkan pada penjualan telepon seluler, berusaha bersaing dengan perusahaan-perusahaan seluler sejenis lainnya yang banyak tersebar di kota Bandung. Untuk dapat memenangkan persaingan dan memperoleh pasar, maka diperlukan kegiatan pemasaran, yang salah satu diantaranya yaitu program periklanan melalui media tabloid. Iklan ini ditujukan untuk menginformasikan produk-produknya kepada konsumen.

Penelitian ini dilakukan di Bandung dengan menggunakan 125 responden yaitu yang terdiri dari para calon pelanggan produk telepon seluler K-Touch yang membaca iklan di tabloid. Metode analisis yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode regresi sederhana dengan menggunakan SPSS versi 11.5.

Program periklanan PT. “X” di tabloid ditinjau dari delapan aspek, yaitu: fleksibilitas, ketepatan waktu peredaran surat kabar, liputan pasar surat kabar, penerimaan pembaca, kepercayaan pembaca, jangka waktu peredaran surat kabar, kualitas reproduksi surat kabar, dan penerusan audiens.

Dari penelitian berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diketahui besarnya pengaruh persepsi konsumen pada iklan di tabloid terhadap niat beli adalah 24,2%, dan sisanya sebesar 75,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: iklan di tabloid, persepsi konsumen, niat beli.

DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
INTISARI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kerangka Penelitian.....	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
2.1 Pemasaran.....	14
2.1.1 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2 Periklanan.....	16
2.2.1 Manfaat Periklanan.....	17
2.2.2 Sifat Periklanan.....	18
2.2.3 Jenis-jenis Periklanan.....	19

2.3	Langkah-langkah Periklanan.....	23
2.3.1	Menetapkan Tujuan Periklanan dan Sasaran Periklanan....	24
2.3.2	Menetapkan Anggaran Periklanan.....	32
2.3.3	Menetapkan Pesan dan Media.....	37
2.3.4	Mengukur Efektifitas Iklan.....	39
2.4	Periklanan di Surat Kabar.....	44
2.5	Persepsi Konsumen.....	51
2.6	Niat Beli.....	54
2.7	Hipotesis Penelitian.....	56

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	57
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	57
3.1.2	Jenis-Jenis Produk Yang Dipasarkan.....	58
3.1.3	Daerah Pemasaran.....	58
3.2	Metodologi Penelitian.....	58
3.2.1	Desain Penelitian.....	58
3.2.2	Pengukuran dan Operasionalisasi Variabel.....	59
3.2.2.1	Pengukuran Variabel.....	59
3.2.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	59
3.2.3	Populasi dan Sampel.....	62
3.2.3.1	Kriteria Pemilihan Sampel.....	62
3.2.3.2	Metode Pengambilan Sampel.....	63
3.2.3.3	Jumlah Sampel.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil kuesioner awal.....	4
Tabel 2.1	Profil jenis-jenis media utama.....	37
Tabel 2.2	Prosedur efektifitas program periklanan.....	39
Tabel 3.1	Operasionalisasi variabel.....	61
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	70
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Lain-lain.....	71
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Telepon Seluler K-Touch.....	72
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Iklan K-Touch di Tabloid.....	73
Tabel 4.8	Tanggapan Responden 1.....	74
Tabel 4.9	Tanggapan Responden 2.....	75
Tabel 4.10	Tanggapan Responden 3.....	76
Tabel 4.11	Tanggapan Responden 4	77
Tabel 4.12	Tanggapan Responden 5.....	78
Tabel 4.13	Tanggapan Responden 6.....	79
Tabel 4.14	Tanggapan Responden 7.....	80
Tabel 4.15	Tanggapan Responden 8.....	81

Tabel 4.16	Tanggapan Responden 9.....	82
Tabel 4.17	Tanggapan Responden 10.....	83
Tabel 4.18	Tanggapan Responden 11.....	84
Tabel 4.19	Tanggapan Responden 12.....	85
Tabel 4.20	Tanggapan Responden 13.....	86
Tabel 4.21	Tanggapan Responden 14.....	87
Tabel 4.22	Tanggapan Responden 15.....	88
Tabel 4.23	Tanggapan Responden 16.....	89
Tabel 4.24	Tanggapan Responden 17.....	90
Tabel 4.25	Tanggapan Responden 18.....	91
Tabel 4.26	Tanggapan Responden 19.....	92
Tabel 4.27	Tanggapan Responden 20.....	93
Tabel 4.28	Tanggapan Responden 21.....	94
Tabel 4.29	Tanggapan Responden 22.....	95
Tabel 4.30	Tanggapan Responden 23.....	96
Tabel 4.31	Hasil KMO and Bartlett's Test Awal.....	97
Tabel 4.32	Hasil KMO and Bartlett's Test Akhir.....	98
Tabel 4.33	Hasil Validitas Awal.....	98
Tabel 4.34	Hasil Validitas Akhir.....	99
Tabel 4.35	Hasil Uji Reliabilitas.....	101
Tabel 4.36	Hasil Anova.....	103
Table 4.37	Hasil Regresi iklan di tabloid pada niat beli.....	104
Tabel 4.38	Hasil Adjusted R.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Paradigma penelitian.....	12
Gambar 2.1	5M dari periklanan.. ..	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Survei Kuesioner Awal.....	xvii
Lampiran 2	Kuesioner.....	xix
Lampiran 3	Hasil Karakteristik Responden.....	xxiii
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	xxvii
Lampiran 5	Hasil Uji Regresi Sederhana.....	xxxvi