

**PENGARUH PELAKSANAAN PERIKLANAN
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN YANG
DILAKSANAKAN DI PT. KOSMINDO WELLA, BANDUNG**

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis apakah pelaksanaan periklanan yang dilaksanakan di PT. Kosmindu Wella, Bandung berpengaruh terhadap niat beli konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dan menggunakan kuesioner sebagai media dalam mendapatkan informasi. Sebelum mengetahui berapa besar pengaruh pelaksanaan periklanan terhadap niat beli konsumen, dilakukan dahulu uji validitas dan uji reliabilitas, dengan maksud mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan yang diajukan memenuhi kriteria valid atau tidak. Dari hasil uji validitas diketahui bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan memenuhi kriteria valid.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji regresi dengan menggunakan SPSS versi 12.0, yang mana hasil uji regresi pelaksanaan periklanan terhadap niat beli konsumen memperoleh hasil $Y = 1,139 + 0,779X$ dengan tingkat signifikansi sebesar 5% yang artinya untuk periklanan, H_1 diterima karena $\alpha \leq 0,05$ yaitu untuk periklanan sebesar 0,000 artinya pelaksanaan periklanan mempengaruhi niat beli konsumen.

Sedangkan nilai adjusted R square 0,755 atau 75,5% dan sisanya sebesar 0,245 atau 24,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian secara keseluruhan menjelaskan bahwa pelaksanaan periklanan mempengaruhi niat beli konsumen dengan pengaruh sangat besar.

Kata-kata kunci: Pelaksanaan Periklanan, Niat Beli Konsumen.

***THE INFLUENCE OF ADVERTISEMENT IMPLEMENTATION TO
INTENTION BUY'S CONSUMER AT PT. KOSMINDO WELLA, BANDUNG***

ABSTRACT

The purpose of this research is to analysis is the advertisement implementation consumer which done at PT. Kosmindu Wella, Bandung influences to the intention buy's consumer.

Method which used in this research survey method and use questioner as media in getting information. Before knowing how big advertisement execution influence to intention buy consumer, conducted first test validity and test reliability, with a view to know do raised question fulfill valid criterion or do not. From result of validity test known that raised question fulfill valid criterion.

In the research, the writer has done simple regression use SPSS version 12.0 with the result regression test the advertisement implementation to intention buy's consumer get result of $Y = 1,139 + 0,779X$ with significances 5%, meaning for the advertisement, H_1 acceptable because $\alpha \leq 0,05$ that is for the advertisement as big as 0,000 meaning the advertisement implementation to intention buy's consumer.

While the adjust R square 0,755 or 75,5% and the rest in 0,245 or 24,5% is influenced by other factor. The all research, the writer can prove that the advertisement implementation to intention buy's consumer with influence is maximized.

Key words: *Advertisement Implementation, Intention Buy's Consumer.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
INTISARI.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Lingkup Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	6
2.1 Pemasaran.....	6
2.2 Bauran Pemasaran.....	7
2.3 Produk dan Bauran Produk.....	8
2.4 Promosi Penjualan.....	12

2.5 Bauran Promosi.....	13
2.6 Periklanan.....	16
2.6.1 Tujuan Iklan Dari Sudut Pandang Perusahaan.....	17
2.6.2 Peran Iklan Dari Sudut Pandang Konsumen.....	19
2.6.3 Iklan Yang Efektif.....	20
2.7 Program Periklanan.....	21
2.8 Tujuan Periklanan.....	22
2.9 Anggaran Periklanan.....	24
2.10 Media Periklanan.....	25
2.11 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	31
2.12 Proses Keputusan Pembelian.....	32
2.12.1 Peran Pembelian.....	32
2.12.2 Perilaku Pembelian.....	33
2.13 Hipotesis Penelitian.....	34
2.14 Model Penelitian.....	36
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	37
3.2 Struktur Organisasi.....	38
3.3 Desain Penelitian.....	41
3.4 Sampel dan Populasi.....	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel.....	43

3.5 Instrument Penelitian dan Skala Pengukurannya.....	44
3.6 Uji Validitas.....	45
3.7 Uji Reliabilitas.....	45
3.8 Metode Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	52
4.3 Hasil Uji Asumsi Regresi Sederhana.....	55
4.4 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran dan Keterbatasan Penelitian.....	59
5.3 Implikasi Pemasaran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukurannya.....	44
Tabel 3.2 Bobot Nilai Untuk Pertanyaan Pelaksanaan Periklanan.....	47
Tabel 3.3 Bobot Untuk Pertanyaan Niat Beli Konsumen.....	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	52
Tabel 4.6 Hasil Faktor Analisis.....	53
Tabel 4.7 Hasil Analisis <i>Reliability</i>	55
Tabel 4.8 Analisis Regresi Pelaksanaan Periklanan Terhadap Niat Beli.....	55
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	36
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Kosmino Wella, Bandung.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil *Validity* dan *Reliability*

Lampiran 3 Hasil Regresi