

ABSTRACT

Competition is getting tougher now included in isotonic beverage industry like Pocari Sweat. In order to face stiff competition required a good promotion in order to improve the brand image of the product and may generate a good response from consumers. In this study, researchers tried to find out whether the influence of television advertising on the decision to buy this konsumen. Penelitian using a survey of 130 respondents male and female students Maranatha Christian University Bandung. Pengelohan data using simple regression analysis of the results showed the influence of 4% .From these studies we can conclude that the variable X has an influence on the variable Y, which is where the variables X and Y television advertising that consumers' purchasing decisions and the great influence of 4%. From these tests, regression formula obtained research: $Y = 2.925 + 0.275 X$ Advice writer is isotonic beverage product manufacturers should be able to know clearly what are the willingness of the consumer, the consumer desires, or even more than that consumers expect.

Keywords: Television advertising, decision to buy

ABSTRAK

Persaingan sekarang ini semakin ketat termasuk di industri minuman isotonik seperti Pocari Sweat. Demi menghadapi persaingan yang ketat diperlukan promosi yang baik guna untuk meningkatkan brand image produk tersebut dan dapat menghasilkan tanggapan yang baik dari konsumen. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk mengetahui apakah adanya pengaruh iklan televisi terhadap keputusan beli konsumen. Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan terhadap 130 responden mahasiswa dan mahasiswi Universitas Kristen Maranatha Bandung. Pengelohan data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi sederhana dengan hasil menunjukkan besar pengaruh sebesar 4%. Dari penelitian tersebut dapat kita simpulkan bahwa variabel X mempunyai pengaruh terhadap variabel Y, yang dimana variabel X itu iklan televisi dan variabel Y itu keputusan beli konsumen dan besar pengaruhnya sebesar 4%. Dari pengujian tersebut, didapat rumus regresi penelitian: $Y = 2,925 + 0,275 X$. Saran penulis adalah produsen produk minuman Isotonik harus bisa mengetahui dengan jelas apa saja yang menjadi kemauan konsumen, keinginan konsumen, atau bahkan lebih dari yang konsumen harapkan.

Kata-kata kunci: Iklan televisi, keputusan beli konsumen

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN UNTUK TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	6
2.1 Kajian Pustaka.....	6

2.1.1	Pengertian Pemasaran	6
2.1.2	Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.1.3	Pengertian Bauran Pemasaran	6
2.1.4	Iklan	11
2.1.4.1	Pengertian Iklan	11
2.1.4.2	Tujuan Periklanan	12
2.1.4.3	Fungsi Iklan	14
2.1.4.4	Jenis-jenis Iklan	16
2.1.4.5	Unsur-unsur Iklan	17
2.1.4.6	Pesan Iklan dalam Periklanan.....	18
2.1.5	Pengertian Perilaku konsumen	20
2.1.6	Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen.....	23
2.1.7	Hubungan Iklan Televisi Dengan Keputusan Pembelian.....	24
2.1.8	Riset Empiris	25
2.2	Rerangka Teoritis	27
2.3	Rerangka Pemikiran.....	28
2.4	Pengembangan Hipotesis	29
2.5	Model Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1	Jenis Penelitian	30
3.2	Populasi dan Sample.....	30
3.2.1	Populasi	30
3.2.2	Sampel.....	31

3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	32
3.4.1 Data Primer.....	32
3.4.2 Data Sekunder.....	32
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.5.1 Uji Validitas.....	36
3.5.2 Uji Reliabilitas	38
3.6 Uji Normalitas	40
3.7 Uji Heterokedastisitas	40
3.8 Metode Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Karakteristik Responden.....	42
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4.2.1 Uji Validitas.....	43
4.2.2 Uji Reliabilitas	47
4.3 Uji Normalitas	49
4.4 Uji Heterokedastisitas	50
4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran	54

DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (<i>CURRICULUM VITAE</i>).....	172

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 1	Rerangka Teoritis.....	27
Gambar 2	Rerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3	Model Penelitian.....	29

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel I	Data Penjualan Pocari Sweat Tahun 2010 Sampai 2012	3
Tabel II	<i>Top Brand Award</i> Minuman Isotonik.....	3
Tabel III	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	33
Tabel IV	Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Menonton Iklan televisi Pocari Sweat.....	42
Tabel V	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel VI	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	43
Tabel VII	<i>KMO and Bartlett's Test</i>	44
Tabel VIII	<i>KMO and Bartlett's Test</i>	46
Tabel IX	<i>Reliability Statistics</i> Untuk Iklan Televisi.....	47
Tabel X	<i>Reliability Statistics</i> Untuk Keputusan Pembelian Konsumen.	48
Tabel XI	Uji Normalitas	49
Tabel XII	<i>Coefficients^a</i>	50
Tabel XIII	<i>Model Summary^b</i>	51
Tabel XIV	<i>Coefficients</i>	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A	Kuesioner 58
Lampiran B	Data Kuesioner 62
Lampiran C	Karakteristik Responden (SPSS 21.0) 65