

**PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Nurlaila

NIM : 21 2010 128

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2014

**PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK WARDAH PADA MAHASISWI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Nama : Nurlaila

NIM : 21 2010 128

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI**

2014

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
Nama : Nurlaila
NIM : 21 2010 128
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah Pokok: Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal... 19-09-2019
Pembimbing,

Dr. Sri Rahayu, S.E., M.M

NIDN/NBM: 020601670/2790.999

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Hi. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.SI

NIDN/NBM: 0216057001/673.839

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurlaila

Nim : 21 2010 128

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan menyelipkan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan segala konsekuensinya.

Palembang, 23 Juli 2014

Penulis



Nurlaila

Motto dan Persembahan

Motto :

- Doa tanpa usaha dan perbuatan adalah sia-sia. Jadilah diri yang bijak.
- Syukurilah kesulitan. Karena terkadang kesulitan mengantara kita pada hasil yang lebih baik dari apa yang kita bayangkan.

Persembahan :

Terimakasih untuk keluarga yang dengan tulus dan ikhlas memberikan kasih sayang.

Ku persembahkan kepada :

- Ayah (kasimin) dan Ibu (sodiyah) yang kusayangi dan yang kubanggakan.
- Pembimbing skripsiku (Dr.Sri Rahayu, S.E.,M.M)
- Kakak – Kakakku (Nuryanto dan almaruma Nurhayati)
- Sahabat-sahabatku dan Seluruh teman-temanku Terkasih
- Almamaterku

PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh iklan televisi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang" dapat diselesaikan dengan baik.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku Bapak (Kasimin) dan Ibu (Sodiyah) yang telah mendidik, dan membiayai, mendo'akan dan memberikan dorongan semangat kepada penulis. Penulis juga ucapkan terimakasih kepada ibu Dr.Sri Rahayu, S.E.,M.M yang telah membimbing, memberikan arahan dan saran dengan tulus dan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu disampaikan kepada pihak-pihak yang mengizinkan, membantu penulis dalam menyelesaikan studi ini, dan tak lupa juga penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak H. M. Idris, S.E., M.Si., sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Abid Djazuli, S.E., MM., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si., sebagai Ketua Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak DR. Omar Hendro, S.E.,M.Si, sebagai Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

5. Bapak / Ibu seluruh dosen pengasuh beserta staf dan karyawan / karyawan.
6. Seluruh keluarga besarku, bapak, Ayah, dan Kakak- kakakku terimakasih karena selalu mendoakanku.
7. Untuk teman-teman seperjuangan (Desiana, siti umaroh, Atika, Wenny, Winda, Meta, Ensi, Iduwarson, Hefri, Kiki, Tri anike, Partik, Tutik) dan nama-nama yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan, dan motivasinya sehingga saya dapat menyelesaikan hasil akhir ini.
8. Serta seseorang yang sangat spesial dan berarti dalam hidup penulis dan penulis sayangi yang telah memberikan motivasi dan mendo'akan serta memberikan dukungan dan semangat agar penulis dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini (Bayu Iskandar)
9. Mohon maaf, kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, semoga Allah membalas kebaikan kalian semua. Amin Ya Rabbal Allamin.

Akhir kata semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan anugerahnya kepada kita semua dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi referensi bagi adik-adik tingkat yang akan datang, dan bermanfaat bagi kita semua
Wassalamualaikum Wr. wb.

Palembang, juli 2014

Penulis

Nurlaila

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PRAKATA	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	xi
HALAMAN ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Sebelumnya	6
B. Landasan Teori	8
1. periklanan	8
2. tujuan periklanan	8
3. jenis – jenis iklan	9

4. media iklan	10
5. Keputusan pembelian	17
6. Tahapan keputusan pembelian.... ..	17
7. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian....	18
C. Hipotesis	20
BAB III	METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian	20
B. Lokasi Penelitian	20
C. Operasional Variabel	22
D. Populasi dan Sampel	23
E. Data yang Diperlukan	25
F. Metode Pengumpulan Data	26
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	27
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Hasil Penelitian	32
1. Sejarah PT. Pusaka Ibu	32
2. Visi misi perusahaan	34
3. Logo kosmetik wardah	35
B. Pembahasan hasil Hasil Penelitian	36
1. Uji Validitas.....	36
2. Uji Reabilitas	41

3. Uji Hipotesis.....	43
4. Persamaan Regresi Linear Berganda.....	44
5. Korelasi Berganda.....	45
6. Uji F	45
7. Uji T-test.....	47
C. Perbandingan Hasil Penelitian dengan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	49

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	71
B. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III. 1	Operionalisasi variabel	22
Tabel III. 2	Pengambilan sampel data	25
Tabel IV.3	Hasil Uji Validitas Isi Pesan (X_1).....	37
Tabel IV.4	Hasil Uji Validitas format pesan (X_2).....	38
Tabel IV.5	Hasil Uji Validitas Sumber Pesan (X_3).....	39
Tabel IV.6	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	40
Tabel IV.7	Hasil Uji Realibilitas Isi Pesan (X_1).....	41
Tabel IV.8	Hasil Uji Realibilitas format pesan (X_2).....	42
Tabel IV.9	Hasil Uji Realibilitas Sumber Pesan (X_3).....	43
Tabel IV.10	Coefficients ^a	45
Tabel IV.11	Anova ^b	46
Tabel IV.12	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel IV.13	Distribusi Responden Berdasarkan uang saku per hari	51
Tabel IV.14	distribus berdasarkan lama menggunakan wardah.....	52
Tabel IV.15	Distribusi Responden Berdasarkan Tempat Membeli.....	53
Tabel IV.16	Distribusi responden berdasarkan produk wardah apa yang dibeli	54
Tabel IV.17	Jawaban responden terhadap variabel isi pesan Iklan...	55
Tabel IV.18	Jawaban responden terhadap variabel format pesan	59
Tabel IV.19	Jawaban responden terhadap variabel sumber pesan.....	63
Tabel IV.20	Jawaban respondent terhadap keputusan pembelian	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Model perilaku konsumen	18
Gambar II.2	Proses Keputusan Pembelian	19

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Surat Keterangan Riset dari Tempat Penelitian
- Lampiran 4 Kartu Aktifitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5 Sertifikat Hapalan Surat-surat Pendek
- Lampiran 6 Sertifikat kuliah kerja nyata (KKN)
- Lampiran 7 tabel distribusi F
- Lampiran 8 Tabel distribusi
- Lampiran 9 Sertifikat Toefl

ABSTRAK

Nurlaila /21.2010.128/pengaruh iklan televisi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh klan televisi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh klan televisi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Tempat penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Variabel yang digunakan adalah iklan televisi dan keputusan pembelian. Data yang digunakan adalah data primer. Populasi adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang memakai kosmetik wardah. Sampel yang diambil sebanyak 96 responden yang memakai kosmetik wardah dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis linear berganda dengan menggunakan uji hipotesis uji t dan uji F dan determinasi.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda maka diperoleh $Y = 1,701 + 0,328 X_1 + 0,377 X_2 + 0,216 X_3$. F hitung > F tabel, artinya semua variabel isi pesan, format pesan, dan sumber iklan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t, iklan televisi yaitu isi pesan, format pesan, dan sumber pesan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : isi pesan, format pesan, sumber pesan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nurlaila /21.2010.128/ The influence of the TV television advertisement on the purchasing decisions of Wardah cosmetics among female students of Economics and Business faculty of University of Muhammadiyah Palembang.

The problem of this study was whether or not there was any influence of the tv advertisement on the purchasing decisions of Wardah cosmetics among female student of Economics and Business Faculty of Muhammadiyah University Palembang. the objective of this study was to find out the influence of the tv advertisemend on the purchasing decisions of wardah cosmetics among female students of Economics and Business Faculty of Muhammadiyah University Palembang.

This study used associative research. It was conducted at Economics and Business Faculty of Muhammadiyah University Palembang. the variables of this study were tv advertisement and purchasing decision. The data used in this study were primary and secondary data. The population of this study was all the female students of Economics and Business Faculty who used wardah cosmetics. The sample was taken by using purposive sampling tehngve with the total 96 students. The technique for collecting the data was using questinares. The techniques for analyzing the data were using multiple liner regression, and hypothesis tests (t test, and f lest), and determination.

Based in the multiple linear regression analysis, it showed that $Y = 1.701 + 0.328 X1 + 0.377 X2 + X3 0,216$. Based on the f test, it showed f obtained >was higher tha f table wich means all the variables consisiting of the message, the message format, the advertising sources. Simultaneasly and significantly content the purchasing.

Based on the t test, it sourcesm that the message content, the message format, and the message source partially influenced the purchasing decision.

Keywords: consisiting of the message, the message format, the advertising sorces, Purchasing Decisions



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Televisi merupakan salah satu media elektronik yang dapat menjangkau Seluruh lapisan masyarakat dari perkotaan sampai dengan pedesaan. Keberadaan televisi sudah menjadi sangat populer di masyarakat. Baik secara sengaja maupun tidak, masyarakat setiap saat disuguhi iklan-iklan dari suatu produk tertentu, sehingga iklan telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Iklan melalui televisi memang mempunyai efek yang luar biasa dibandingkan dengan media lain. Melalui media televisi, perusahaan dapat mendemonstrasikan bagaimana suatu produk berkerja dan betapa besar manfaat produk tersebut bagi konsumen.

Gambaran yang disajikan lebih hidup, menarik dan merangsang karena dikemas dengan unsur yang menghibur. Selain itu, melalui media televisi perusahaan dapat memilih waktu beriklan yang tepat untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan khalayak sasaran tertentu secara efektif. Iklan dimaksudkan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna kepercayaan, sikap dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merek.

Tujuan ini pada akhirnya mengharapkan perilaku konsumen dalam membeli, meskipun secara tidak langsung berpengaruh pada pembelian, iklan merupakan salah satu cara yang efektif dalam

pemasaran dan menghadapi persaingan yang semakin kuat. Bagaimana pun bagusya suatu produk apabila tidak diketahui oleh konsumen maka produk tersebut tidak akan terjual. Iklan yang akan disampaikan sebaiknya diramu sedemikian rupa sehingga pesan yang terkandung didalamnya mudah dicerna dan dimengerti oleh konsumen,serta mengandung informasi yang benar. Seandainya pesan suatu iklan dapat dengan mudah terpatri dalam benak konsumen, dan konsumen mengartikan dengan sudut pandang yang benar, maka hal itu merupakan suatu hasil maksimal yang diperoleh suatu iklan. Persaingan iklan semakin ketat, terutama melalui media sehingga setiap perusahaan berlomba untuk menciptakan sesuatu yang baru dan unik pada produk yang dihasilkannya.

Mereka bersaing untuk merebut hati konsumen, baik dalam media cetak maupun media elektronik. Saat ini, banyak pengiklan memandang televisi sebagai media yang paling efektif untuk menyampaikan pesan-pesan komersialnya. Melalui kreativitas pengiklan lebih dapat dieksploitasi dan dioptimalkan gerak, keindahan, kecantikan, suara, warna, musik, drama, humor, maupun ketegangan. Meringat televisi mampu menjangkau masyarakat yang sangat luas, terutama di Indonesia sekarang ini semakin banyak televisi swasta. Melalui kreativitas pengiklan lebih dapat dieksploitasi dan dioptimalkan gerak, keindahan, kecantikan, suara, warna, musik, drama, humor, maupun ketegangan.

Wardah sebagai salah satu produk yang menggunakan televisi sebagai media promosinya. Selogan produk wardah adalah *Inspiring Beauty*, merek wardah merupakan suatu merek yang sudah dikenal oleh banyak konsumen yang sudah bertahan belasan tahun seiring waktunya. Persaingan yang ketat dapat dilihat dari banyaknya kosmetik lain yang beredar dipasaran, diataranya pixy, revlon, mirabella, venus, citra. Banyaknya kosmetik yang beredar mengakibatkan pelanggan dihadapkan oleh pada pilihan produk yang pada akhirnya bisa memungkinkan pelanggan beralih merek yang lain, terlebih lagi jika mereka tersebut membuat suatu perubahan yang menawarkan karakteristik merek yang lebih unggul dari berbagai sudut atributnya.

PT. Pusaka Tradisi Ibu sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang produksi kosmetik halal telah menjadi pemimpin dalam penjualan secara nasional di Indonesia yakni 55% dari produk kosmetik lainnya. Dikarenakan kosmetik wardah tidak hanya baik bagi wanita muslim saja, produk wardah selalu hadir dengan inovasi rangkaian produk make-up dan perawatan kulit yang ber kualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan bagi setiap wanita. PT. Pusaka Tradisi Ibu telah mendapatkan penghargaan seperti kosmetik Halal award dari LPPOM MUI yang dicapai wardah sebagai salah satu produk dari PT. Pusaka Tradisi ibu pada tanggal 5 juli 2012. Wardah sebagai kosmetik pertama yang mendapatkan sertifikat halal dari Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI). LPPOM MUI adalah

lembaga yang menetapkan standarisasi produk halal melalui proses, alat dan bahan-bahan yang sesuai dengan hukum syariat islam yang tujuannya tidak lain untuk melindungi kita sebagai konsumen muslim untuk lebih yakin dan aman memilih produk halal.

Hasil survey yang dilakukan oleh Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM), sejak tahun 1995 hingga kini menunjukkan bahwa tingkat penetrasi untuk kosmetik halal mencapai lebih dari 70%. Itu artinya kosmetik berlabel halal diperlukan oleh setiap wanita muslimah di Indonesia. Menyadari hal itu PT. Pusaka Tradisi Ibu meluncurkan kosmetik yang halal untuk wanita muslimah di seluruh Indonesia.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka perlu dilakukan kajian penelitian dengan judul, **Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah Adakah Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang dikemukakan di atas maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

- a. **Bagi peneliti**, dengan melakukan penelitian ini, peneliti memperoleh pengalaman dan ilmu pengetahuan yang selama ini dipelajari khususnya keputusan pembelian konsumen.
- b. **Bagi produsen kosmetik wardah**, hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu masukan khususnya tentang pengaruh iklan televisi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah.
- c. **Bagi Almamater**, hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi bagi mahasiswa dan dosen ataupun penelitian lebih lanjut yang melakukan penelitian serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastah dan Irwan. 2008. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Edisi II
Yogyakarta: Liberty.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Yogyakarta.
- Husein Umar .2011. *metode penelitian*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama,
Jakarta
- Kotler Philip dan, Siew Menglong, Chin Tiong Tan. 2008a *Manajemen
Pemasaran*. Ahli Bahasa Handoyo Prasetyo. Yogyakarta
- Kotler Philip dan Kevin Lane. 2009b. *Manajemen Pemasaran*. Ahli Bahasa Bob
Sabran, Edisi 13 Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Mudrajat Kuncoro. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*
Jakarta: Erlangga.
- Mumpuni Meralda Anggun. 2009. *Pengaruh Iklan Pasta Gigi Pepsodent Di
Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada
Masyarakat RW 03 Kelurahan Dampit Kecamatan Dampit Kabupaten
Malang)*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Malang: Program Study
Manajemen. Universitas Negeri Malang.
- Program Strata 1. 2012. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian Dan Skripsi*.
Palembang : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
- Rachmawati. 2007. *Pengaruh Iklan Sabun Dove Di Televisi Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Penduduk RW 06 Di Kelurahan
Kolpajung, Kecamatan Pamekasan, Kabupaten Pamekasan)*. Skripsi Tidak
Diterbitkan .Malang: Program Study manajemen. Universitas Negeri
Malang.
- Riduwan. 2009. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2004a. *Statiska untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2009b. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta