

**ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
MEMBELI AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK ‘AQUA’
DI KECAMATAN DEPOK, SLEMAN, YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Sarianto

No. Mhs. 141040116/EM

**JURUSAN MANAJEMAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA**

2011

Skripsi Berjudul

**ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
MEMBELI AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK ‘AQUA’
DI KECAMATAN DEPOK, SLEMAN, YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :

Sarianto

No. Mhs. 141040116/EM

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 12 Agustus 2011
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima**

Susunan Dewan Penguji

**Ketua Penguji
/Dosen Pembimbing I**

Penguji

DR. Haddy Suprpto, MS.

DR. Hendro Wijanarko, MM.

**Penguji
Pembimbing Utama II**

Penguji

Drs. Suryo Luhur, MSM.

Sri Harjanti, SE, M.Si.

**Mengetahui
UPN “ Veteran ” Yogyakarta
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen
Ketua**

**Dr. Heru Tri Sutiono, M.Si.
NIP. 19640105 199003 1 004**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Hari ini saya tidak mau merasa takut, tidak mau takut gagal, tidak mau takut berbahagia untuk menikmati yang indah, untuk mencintai, dan meyakini bahwa yang saya cintai juga mencintai saya."
(Sibyl F Patridge)

"Hari ini saya akan mengubah dunia dengan kekuatan berpikir positif, hidup harmonis dengan Tuhan, dan saya yakin hidup manusia dibentuk oleh pikiran manusia dan masa depan kehidupan tergantung oleh pikiran manusia dengan restu Tuhan."

(Do. Mahardika.) & Marcus Aurelius (Kaisar Romawi)

"Berusaha menjadi yang terbaik dan memberi yang terbaik dari diri kita untuk orang lain adalah "investasi" yang paling menguntungkan."

(Do. Mahardika)

"Saya tidak terlalu memikirkan masa depan yang mata saya tidak sampai melihatnya, tetapi apa yang saya kerjakan hari ini melampaui masa depan"

(Do. Mahardika)

Kupersembahkan kepada:

- *Papad an Mama. yang telah berdoa untuk keberhasilanku serta dorongan moral dan materiil sehingga terselesainya studi dan karya ilmiah (skripsi) ini.*
- *Kawan-kawanku yang telah berpartisipasi material dalam penyelesaian studi dan karya ilmiah (skripsi) ini.*
- *Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum.

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan, yang berkenan melimpahkan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Selama penulisan skripsi ini, telah banyak penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang sangat besar artinya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Haddy Suprpto, DR, MS., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu, membimbing dan mengarahkan kepada penulis sehingga terselesaikan skripsi ini.
2. Bapak Suryo Luhur, Drs, MSM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu, membimbing dan mengarahkan kepada penulis sehingga terselesaikan skripsi ini.
3. Kepada Papa dan Mama tercinta yang tak pernah letih mendoakan dan memberi kasih sayangnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini banyak kekurangannya, untuk itu segala kesalahan yang ada dapat dimaklumi serta segala kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, penulis berharap semoga hasil karya ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang memerlukannya.

Wassalamu'alaikum.

Yogyakarta, September 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II. LANDASAN TEORI	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.2. Hubungan Iklan dengan Keputusan Pembelian Konsumen.....	19
2.3. Penelitian Terdahulu	20
2.4. Kerangka Pemikiran.....	20
2.5. Hipotesis Penelitian	23
BAB III. METODE DAN TEKNIK PENELITIAN	24
3.1. Metode dan Teknik Penelitian	24

3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen-Instrumen Penelitian	32
3.3. Metode Analisis Data.....	36
BAB IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	42
4.2. Deskripsi Variabel	44
4.3. Analisis Kuantitatif	50
4.4. Pengujian Hipotesis	53
4.5. Pembahasan.....	58
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 3.1. Interval Skala	31
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item-item Variabel Penelitian.....	33
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Item-item Variabel Keputusan membeli.....	34
Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	43
Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Konsumsi	43
Tabel 4.4. Penilaian Responden terhadap Iklan Televisi	44
Tabel 4.5. Penilaian Responden terhadap Iklan Radio	45
Tabel 4.6. Penilaian Responden terhadap Iklan Surat Kabar.....	46
Tabel 4.7. Penilaian Responden terhadap Iklan Majalah.....	47
Tabel 4.8. Penilaian Responden terhadap Iklan Reklame.....	48
Tabel 4.9. Penilaian Responden terhadap Iklan Spanduk.....	49
Tabel 4.10. Penilaian Responden terhadap Keputusan Membeli	50
Tabel 4.11. Hasil Regresi Linier Berganda Metode OLS	51

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 2.1. Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Rekapitulasi Data Penelitian

Lampiran 3. Rekapitulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5. Frekuensi Karakteristik Responden

Lampiran 6. Frekuensi Variabel

Lampiran 7. Hasil Regresi Linier Berganda

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK ‘AQUA’ DI KECAMATAN DEPOK, SLEMAN, YOGYAKARTA

Sarianto

Pembimbing I : Haddy Suprpto, DR, MS.

Pembimbing II : Suryo Luhur, Drs, MSM

Penelitian ini berjudul “Analisis Pengaruh Media Iklan terhadap Keputusan Membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek ‘Aqua’ di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta”. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media iklan yang terdiri dari iklan televisi, iklan radio, iklan surat kabar, iklan majalah, iklan reklame, dan iklan spanduk secara bersama-sama terhadap keputusan membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek ‘Aqua’ dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh media iklan yang terdiri dari iklan televisi, iklan radio, iklan surat kabar, iklan majalah, iklan reklame, dan iklan spanduk secara parsial terhadap keputusan membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek ‘Aqua’.

Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier model jalur dengan metode *Ordinary Least Square (OLS)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa variabel Iklan televisi, Iklan radio, Iklan surat kabar, Iklan majalah, Iklan reklame, dan Iklan spanduk mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan membeli konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek ‘Aqua’ di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta. Hal ini dapat diartikan, jika Iklan televisi, Iklan radio, Iklan surat kabar, Iklan majalah, Iklan reklame, dan Iklan spanduk dilakukan dengan baik secara bersama-sama, maka Keputusan membeli konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek ‘Aqua’ di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta akan mengalami peningkatan dan variabel Iklan televisi, Iklan radio, Iklan surat kabar, Iklan majalah, Iklan reklame, dan Iklan spanduk mempunyai pengaruh secara parsial terhadap Keputusan membeli konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek ‘Aqua’ di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta. Hal ini dapat diartikan, jika Iklan televisi, Iklan radio, Iklan surat kabar, Iklan majalah, Iklan reklame, dan Iklan spanduk meningkat secara parsial, maka Keputusan membeli konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek ‘Aqua’ di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta akan mengalami peningkatan.

Kata Kunci : Media Iklan dan Keputusan Membeli.