

**PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPEDA  
MOTOR HONDA**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
Ekonomi (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :**

**Agustinus Edward Gunawan**

**NPM : 06 03 16154**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA,  
APRIL 2011**

**SKRIPSI**

**PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPEDA  
MOTOR HONDA**

Disusun oleh :

**Agustinus Edward Gunawan**

NPM : 06 03 16154

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



**Drs. Ign. Sukirno, MS.**

**Tanggal 15 Maret 2011**

**SKRIPSI**

**PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPEDA  
MOTOR HONDA**

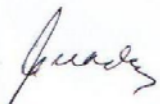
yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Agustinus Edward Gunawan**  
NPM : 06 03 16154

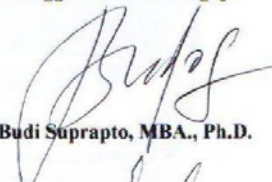

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 8 April 2011  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi  
(S1) Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**


**Ketua Panitia Penguji**

  
**P. Didi Krisnadewara, Drs., MM.**

**Anggota Panitia Penguji**

  
**Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**  
  
**Drs. Ign. Sukirno, MS.**

Yogyakarta, 8 April 2011  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

  
**Dr. Dorothea Wahyu Ariani, MT.**

iii

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPEDA MOTOR HONDA**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiaris sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Maret 2011

Yang menyatakan



Agustinus Edward Gunawan

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini merupakan salah satu pemenuhan atas syarat perolehan gelar Sarjana Strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu dalam penelitian ini. Karena atas bantuannya baik berupa ide, gagasan, materi maupun bantuan berupa spirit mampu mendorong penulis untuk menyelesaikan penelitian dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Bapak Drs. Ign. Sukirno, MS., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memebrikan ilmunya pada penulis.
3. Papa dan Mama tercinta, yang telah berkenan memberikan dorongan doa, kasih sayang dan pengorbanan yang tak ternilai. Gelar SE ini adalah persembahan dari ku yang terbaik dan sebagai buah manis atas pengorbanan kalian.
4. Saudara-saudaraku semua yang selalu memberikan motivasi kepadaku.

5. Teman-teman seperjuanganku angkatan 2006, terima kasih atas kebersamaan yang telah kita jalin selama ini.
6. Sahabat dan orang-orang yang telah berjasa kepadaku, yang tidak bisa saya sebutkan satu demi satu.

Akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Kuasa Berkenan memberikan berkat kepada kita semua dan membalas kebaikan Bapak/Ibu dan teman-teman semua.

Yogyakarta, Maret 2011

Penulis

Agustinus Edward Gunawan

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**Manisnya buah dapat diukur dari seberapa kuatnya usaha yang  
kita lakukan**



**Kupersembahkan Kepada :**

- Tuhan Yesus Juruselamatku**
- Papa dan Mama Tercinta**
- Saudara-saudaraku terkasih**
- Semua orang yang mengasihiku**

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing .....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iii
Halaman Pernyataan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Halaman Motto Dan Persembahan .....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Lampiran .....	xii
Intisari .....	xiii
<b>BAB I Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Batasan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Manfaat Penelitian .....	6
1.6. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II Landasan Teori .....</b>	<b>8</b>
2.1. Pemasaran .....	8
2.2. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	11
2.3. Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ) .....	14
2.4. Periklanan .....	19
2.5. Kerangka Penelitian .....	25
2.6. Hipotesis .....	25



<b>BAB III Metode Penelitian .....</b>	<b>27</b>
3.1. Bentuk, Tempat dan Waktu Penelitian .....	27
3.2. Populasi Dan Metode Pengambilan Sampel .....	27
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	28
3.4. Metode Pengukuran Data .....	29
3.5. Metode Pengujian Intrumen .....	30
3.6. Metode Analisis Data .....	31
<b>BAB IV Analisis Data .....</b>	<b>37</b>
4.1. Penjelasan Penelitian .....	37
4.2. Pengujian Intrumen .....	37
4.3. Analisis Karakteristik Demografi Responden.....	40
4.4. Analisis Penilaian Konsumen Media Periklanan dan Keputusan Pembelian Konsumen .....	42
4.5. Analisis Pengaruh Media Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian	47
4.6. Analisis Perbedaan Penilaian Konsumen Media Periklanan dan Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau Dari Perbedaan Jenis Kelamin.....	51
4.7. Analisis Perbedaan Penilaian Konsumen Media Periklanan dan Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau Dari Perbedaan Pekerjaan.	57
4.8. Analisis Perbedaan Penilaian Konsumen Media Periklanan dan Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau Dari Perbedaan Pendapatan .....	64
<b>BAB V Penutup .....</b>	<b>71</b>
5.1. Kesimpulan .....	71
5.2. Saran.....	72
5.3. Kelemahan Penelitian .....	73
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.3. Karakteristik Demografi Responden.....	41
Tabel 4.4. Penilaian Konsumen Media Periklanan dan Keputusan Pembelian Konsumen.....	42
Tabel 4.5. Pengaruh Media Periklanan (Iklan TV, Iklan radio, Iklan Surat Kabar, Iklan Majalah, Iklan Billboard, Iklan Spanduk) Terhadap Keputusan Pembelian .....	47
Tabel 4.6. Perbedaan Penilaian Konsumen Media Periklanan dan Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau Dari Perbedaan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.7. Perbedaan Penilaian Konsumen Media Periklanan dan Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau Dari Perbedaan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.8. Perbedaan Penilaian Konsumen Media Periklanan dan Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau Dari Perbedaan Pendapatan .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian .....25



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	III	Analisis Presentase
Lampiran	IV	Analisis Regresi
Lampiran	V	Analisis Regresi
Lampiran	VI	Analisis Regresi
Lampiran	VII	Data Jawaban Responden
Lampiran	VIII	Tabel Distribusi R, T, dan F
Lampiran	IX	Surat Keterangan Riset



# **PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPEDA MOTOR HONDA**

Disusun oleh :  
**Agustinus Edward Gunawan**  
NPM : 06 03 16154

Pembimbing  
**Drs. Ign. Sukirno, MS.**

## **Abstrak**

Periklanan merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting. Manfaat iklan yang terbesar adalah membawa pesan yang ingin disampaikan oleh produsen/pemasar kepada khalayak ramai. Melalui iklan, produsen mengkomunikasikan keberadaan produknya berikut hal-hal lain yang berkaitan dengan produk tersebut, seperti manfaat yang akan diperoleh konsumen jika memiliki atau menggunakan produknya. Melalui iklan pula, konsumen memperoleh informasi mengenai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh beberapa media periklanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sepeda motor Honda di Yogyakarta. Hasil penelitian ini diketahui bahwa iklan TV, iklan surat kabar, iklan majalah dan iklan *billboard* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil lain dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki penilaian yang baik pada iklan yang ditayangkan melalui media iklan TV, iklan radio, iklan surat kabar, iklan majalah, iklan *billboard*, iklan spanduk. Konsumen juga memiliki tingkat keputusan pembelian yang tinggi pada produk sepeda motor Honda.

Hasil lain dari penelitian ini menunjukkan tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen pada iklan melalui media TV, radio, surat kabar, majalah, *billboard* dan spanduk berdasarkan perbedaan jenis kelamin, pekerjaan dan pendapatan. Demikian juga halnya dengan keputusan pembelian, konsumen dengan jenis kelamin, pekerjaan dan pendapatan yang berbeda memiliki tingkat keputusan pembelian yang tinggi pada produk sepeda motor Honda.

**Kata kunci :** Iklan dan keputusan pembelian