

**“Analisis Pengaruh Iklan di Media Televisi, Harga, dan Citra
Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki
Satria Fu 150cc”**

Skripsi

Nama : Agung Darmawan

Nim : 43110010050



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2014

**“Analisis Pengaruh Iklan di Media Televisi, Harga, dan Citra
Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki
Satria Fu 150cc”**

Skripsi

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar SARJANA
EKONOMI**

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Agung Darmawan

Nim : 43110010050



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2014

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda yangan dibaah ini :

Nama : Agung Darmawan

NIM : 43110010050

Program Studi : Manajemen – S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 1 Juli 2014

METERAI
TEMPEL
PAJAK PEMBANGUNAN
TANAH
6E3AFAD014116914

ENAM RIBU RUPIAH
6000

(Agung Darmawan)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Agung Darmawan
NIM : 43110010050
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Iklan di Media Televisi, Harga, dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU 150cc.
Tanggal Lulus Ujian : 15 Juli 2014

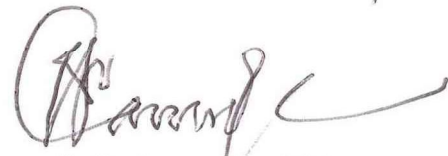
Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji


Tafiprios, SE., MM

Tanggal : 6/8 2014


Hasanudin Pasiama, Drs. Msi

Tanggal : 7-8-2014

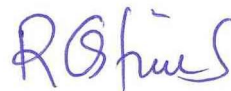
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1



Prof. Dr. Wiwik Utami, AK., MS., CA

Tanggal : 7-8-2014



Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal : 7/8 2014

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah serta puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Iklan di Media Televisi, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU 150cc”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, banyak kekurangan dan keterbatasan, namun demikian penulis berusaha agar penyusunan skripsi ini tetap memiliki syarat sebagai karya tulis yang bersifat ilmiah.

Penulis mengungkapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Tafiprios, SE , MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang mana telah diberikan kepada penulis. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang turut membantu sehingga penulisan Tugas Akhir (Skripsi) ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana terimakasih atas perhatian Bapak selama ini.

2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, AK, M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi an Bisnis.
3. Orang tuaku yang tersayang Ayahanda Edy Purnama dan ibunda Irma Agustina yang senantiasa memberikan segalanya kepada anaknya yang tercinta, baik itu dukungan, perhatiannya, doa serta motivasi baik moril maupun materil selama penyusunan skripsi ini berlangsung.
4. Adikku tersayang Fitri Kartika Sari yang juga selalu meberikan motivasi serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada teman dekat seperjuangan Bung Farly, Moh. Untung, Achmad Fauzy dan Randy chandra terimakasih atas kebersamaan kalian.
6. Kepada Luthfi, Tazkiatun Nissa, dan Surya yang juga memberikan banyak masukan terhadap penulisan ini.
7. Kepada seluruh mahasiswa angkatan 2010 terimakasih atas kebersamaan, tawa serta canda yang membuat penulis menjadi bersemangat dalam menjalani aktivitas perkuliahan.
8. Kepada adik-adik junior Aklin, Rintan, dan Uni.
9. Kepada Warteg Babeh serta Alung yang bersedia menyediakan tempat dan makanan kepada penulis.
10. Dan kepada seluruh keluarga besar TMS yang tak bisa satu per satu penulis sebutkan namanya.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini, dan untuk itulah semua saran serta kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan

demi kesempurnaan skripsi ini serta besar harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah ilmu pengetahuan bagi kita semua. Amin ya Rabbal 'alamin.

Jakarta, 1 juli 2014

DAFTAR ISI

Halaman

Sampul.....	i
Judul.....	ii
Surat Pernyataan Karya Sendiri.....	iii
Lembar Pengesahan Skripsi.....	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xiv
Daftar tabel	xv
Abstrak.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian	5
1.3.1 Tujuan penelitian.....	6
1.3.2 Kontribusi Penelitian.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10

2.3	Bauran Pemasaran.....	11
2.3.1	Produk (<i>Product</i>).....	12
2.3.2	Harga (<i>Price</i>)	13
2.3.3	Promosi (<i>Promotion</i>).....	14
2.3.4	Distribusi (<i>Distribution</i>)	17
2.4	Periklanan	21
2.4.1	Fungsi Periklanan.....	22
2.4.2	Jenis-jenis Iklan.....	23
2.4.3	Iklan Televisi	24
2.5	Harga	25
2.5.1	Pengertian Harga.....	25
2.5.2	Metode Penetapan Harga.....	27
2.5.3	Tujuan Penetapan Harga.....	28
2.5.4	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga	30
2.6	Merek	32
2.6.1	Pengertian Merek	32
2.6.2	Manfaat Merek.....	34

2.6.3	Citra Merek.....	35
2.7	Keputusan Pembelian.....	36
2.7.1	Model-model Pengambilan Keputusan Pembelian.....	37
2.8	Hubungan Antar Variabel.....	38
2.8.1	Iklan di Media Televisi dengan Keputusan Pembelian.....	38
2.8.2	Harga dengan Keputusan Pembelian	39
2.8.3	Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	39
2.9	Penelitian Terdahulu	40
2.10	Kerangka Penelitian	43
2.11	Hipotesis	44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Waktu Dan Tempat Penelitian.....	45
3.2	Desain Penelitian.....	45
3.3	Definisi Dan Operasional Variabel.....	45
3.4	Pengukuran Variabel.....	48
3.5	Populasi Dan Sampel	48
3.5.1	Populasi	48

3.5.2	Sampel.....	49
3.6	Teknik Pengumpulan Data	51
3.7	Data Dan Pengambilan Data.....	51
3.8	Metode Analisis Data	51
3.8.1	Analisis Deskriptif	51
3.8.2	Uji Validitas.....	51
3.8.3	Uji Realibilitas	53
3.8.4	Uji Asumsi Klasik.....	54
a.	Uji Normalitas.....	54
b.	Uji Heterokedastisitas.....	55
c.	Uji Multikolinearitas	56
3.8.5	Uji Koefisien Determinasi.....	57
3.8.6	Uji Regresi Linier Berganda.....	57
3.8.7	Uji T	59
3.8.8	Uji F	60
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	61

4.1.1	Sejarah Munculnya Suzuki Satria FU 150cc di Indonesia	63
4.2	Karakteristik Responden	64
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia	65
4.2.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.2.4	Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	66
4.2.5	Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	67
4.3	Deskriptif Variabel Menurut Responden	67
4.3.1	Deskriptif Variabel Iklan di Televisi.....	68
4.3.2	Deskriptif Variabel Harga	70
4.3.3	Deskriptif Variabel Citra Merek	71
4.3.4	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	74
4.4	Uji Validitas.....	76
4.5	Uji Realibilitas	79
4.6	Uji Asumsi Klasik	80
4.6.1	Uji Normalitas	81
4.6.7	Uji Multikolinearitas	82

4.6.8 Uji Heterokedastisitas	82
4.7 Uji Koefisien Determinasi	84
4.8 Uji Regresi Linier Berganda	85
4.9 Uji T	86
4.10 Uji F	88
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... 43

Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas..... 83

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Oprasional Variabel	46
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Usia.....	65
Tabel 4.3 Pekerjaan	66
Tabel 4.4 Lama Pemakaian Satria FU 150cc.....	66
Tabel 4.5 Penghasilan Perbulan	67
Tabel 4.6 Variabel X1 Indikator 1	68
Tabel 4.7 Variabel X1 Indikator 2	68
Tabel 4.8 Variabel X1 Indikator 3	69
Tabel 4.9 Variabel X1 Indikator 4	69
Tabel 4.10 Variabel X2 Indikator 1.....	70
Tabel 4.11 Variabel X2 Indikator 2.....	70
Tabel 4.12 Variabel X2 Indikator 3.....	71
Tabel 4.13 Variabel X3 Indikator 1.....	71
Tabel 4.14 Variabel X3 Indikator 2.....	72
Tabel 4.15 Variabel X3 Indikator 3.....	73
Tabel 4.16 Variabel X4 Indikator 4.....	73
Tabel 4.17 Variabel Y Indikator 1	74

Tabel 4.18 Variabel Y Indikator 2	74
Tabel 4.19 Variabel Y indikator 3	75
Tabel 4.20 Variabel Y Indikator 4	75
Tabel 4.21 Variabel Y Indikator 5	76
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas X1	77
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas X2	77
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas X3	78
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Y.....	78
Tabel 4.26 Hasil Uji Realibilitas X1	79
Tabel 4.27 Hasil Uji Realibilitas X2	79
Tabel 4.28 Hasil Uji Realibilitas X3	79
Tabel 4.29 Hasil Uji Realibilitas Y	80
Tabel 4.30 Hasil Uji Normalitas	81
Tabel 4.31 Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel 4.32 Hasil Uji Koefisien Determinasi	84
Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	85
Tabel 4.34 Hasil Uji T	87
Tabel 4.35 Hasil Uji F	88