

**PENGARUH PENAYANGAN IKLAN TELEVISI  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BISKUIT OREO  
DI PERUMAHAN GADING SERPONG SEKTOR 6**

**SKRIPSI**

**Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : Eason Vernandy  
NIM : 43108120048**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2013**

**PENGARUH PENAYANGAN IKLAN TELEVISI  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BISKUIT OREO  
DI PERUMAHAN GADING SERPONG SEKTOR 6**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
SARJANA EKONOMI  
Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : Eason Vernandy  
NIM : 43108120048**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2013**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eason Vernandy

NIM : 43108120048

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 tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta 30 Mei 2013



**(Eason Vernandy)**  
NIM . 43108120048

NIM . 43108120048

## LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Eason Vernandy  
Nim : 43108120048  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Penayangan Iklan Televisi Terhadap Minat Beli  
Konsumen Biskuit Oreo di Perumahan Gading Serpong  
Sektor6.

Disahkan Oleh :  
Pembimbing Skripsi



(Daru Asih, SE, M.Si.)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen S-1



(Dr. Wiwiek Utami, AK.MS)



(Dr. Rina Astini, SE, MM)

## LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Penayangan Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen Biskuit Oreo  
di Perumahan Gading Serpong Sektor 6.

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Eason Vernandy

43108120048

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 16 mei 2013

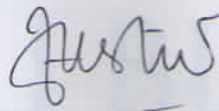
**Susunan Dewan Penguji**

**Ketua Dewan Penguji/Pembimbing Skripsi**



**Daru Asih,SE,M.Si**

**Anggota Dewan Penguji**



**(Hesti Maheswari,SE,M.Si.)**

**Anggota Dewan Penguji**



**(Mochamad Rizki BBA,MBA)**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan karuniah-Nya, telah mengijinkan penulis menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir pada program studi Manajemen Strata 1 Universitas Mercu Buana dengan judul : “PENGARUH PENAYANGAN IKLAN TELEVISI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI PERUMAHAN GADING SERPONG SEKTOR 6”.

Penulis sangat merasakan besarnya pertolongan Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kekuatan dan kesabaran kepada penulis ditengah keterbatasan dalam menyusun skripsi ini. Disamping itu juga bantuan dan dorongan dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu penulis ingin berterima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM. Selaku rektor beserta para dosen dan seluruh karyawan/ staf pegawai Universitas Mercubuana Jakarta atas bantuan yang diberikan selama penulis mengikuti studi.
2. Ibu Dr.Wiwik Utami, AK.,MS sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan fasilitas dan pendidikan selama penulis belajar dan menyelesaikan belajar di perguruan negeri.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM sebagai Ketua Program Studi Manajemen atas bantuan yang telah diberikan selama ini.

4. Ibu Daru Asih selaku pembimbing dalam memberikan bimbingan, nasehat dan arahan kepada penulis.
5. Segenap responden di Perumahan Gading Serpong sektor 6 yang mau meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang saya edarkan.
6. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Orang Tua penulis yang telah memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
7. Ucapan terima kasih kepada teman saya Ninik, Najib, Devi, Rohman, Lisa, Alona, Eka, Ana, Khusni, Taruddin, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
8. Kepada teman-teman Kelas Karyawan Universitas Mercubuana, khususnya angkatan 14, yang telah saling bantu-membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Akhirnya hanya kepada Tuhan Yang Maha Esa kita kembalikan semua urusan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Jakarta, 20 Maret 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Pengesahan .....	iv
Lembar Pengesahan Dewan Penguji .....	v
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Tabel .....	xii
Abstrak .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1.Latar Belakang Masalah .....	1
1.2.Rumusan Masalah .....	3
1.3.Batasan Masalah .....	3
1.4.Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1.Tujuan Penelitian .....	4
1.4.2.Manfaat Penelitian .....	4
BAB II LANDASAN TEORI .....	5
2.1.Manajemen Pemasaran dan Konsep Pemasaran .....	5
2.1.1.Manajemen Pemasaran .....	5
2.1.2.Bauran Pemasaran .....	6
2.1.3.Konsep Manajemen Pemasaran .....	8
2.2.Periklanan .....	9
2.2.1.Pengertian Periklanan .....	9
2.2.2.Macam Macam Periklanan .....	10
2.2.3.Tujuan Periklanan .....	13
2.2.4.Anggaran Periklanan .....	14
2.2.5.Pesan Periklanan .....	15



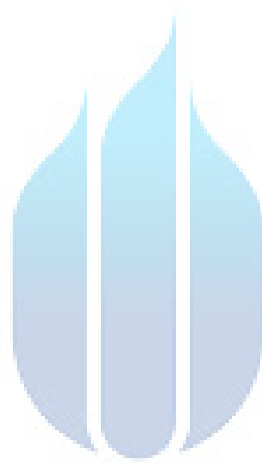
2.2.6. Media Periklanan .....	16
2.2.7. Pemilihan Media Iklan .....	17
2.2.8. Media Televisi .....	18
2.3. Minat Beli .....	19
BAB III METODE PENELITIAN .....	22
3.1. Objek Penelitian .....	22
3.1.1. Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	22
3.1.2. Gambaran Singkat Oreo .....	22
3.2. Desain Penelitian .....	24
3.3. Hipotesis .....	25
3.4. Variabel dan Skala Pengukuran .....	26
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	27
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	29
3.6.1. Field Reseach (Studi Lapangan) .....	29
3.7. Jenis Data .....	30
3.7.1. Data Primer .....	30
3.8. Populasi .....	30
3.8.1. Populasi .....	32
3.9. Metode Analisis Data .....	34
3.9.1. Metode Analisis Data Regresi Linear .....	31
3.9.2. Pengujian Hipotesis .....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....	34
4.1. Objeck Penelitian .....	34
4.1.1. Karakteristik Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
4.1.2. Karakteristik Umum Responden Berdasarkan Usia .....	35
4.1.4. Karakteristik Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	36

4.1.5.Karakteristik Umum Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	37
4.1.6.Karakteristik Umum Responden Berdasarkan Berapa Kali Membeli Biskuit Oreo .....	38
4.1.7.Karakteristik Umum responden Berdasarkan Pernah Atau Tidaknya Berbelanja Biskuit Oreo.....	39
4.2.Hasil Pengolahan Data Kuesioner .....	40
4.2.1.Hasil Analisis Regresi Sederhana .....	41
4.2.2.Analisis Hasil Uji t .....	42
4.2.3.Koefisiensi Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	43
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>45</b>
5.1.Kesimpulan .....	45
5.2.Saran .....	45
5.3.Keterbatasan .....	46
Daftar Pustaka .....	47
Lampiran .....	49



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Daftar Gambar 3.1.....	33
Daftar Gambar 4.1.....	43



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Tabel Skala Likert .....	27
Tabel 4.1.1. Karakteristik Umum Responden Berdasarkan jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.1.2. Karakteristik Umum Responden Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.1.3. Karakteristik Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	36
Tabel 4.1.4. Karakteristik Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	37
Tabel 4.1.5. Karakteristik Umum Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	38
Tabel 4.1.6. Karakteristik Umum Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Biskuit Oreo Perbulan .....	39
Tabel 4.1.7. Karakteristik Umum Responden Berdasarkan Pernah atau tidaknya Berbelanja Biskuit Oreo .....	40
Tabel 4.2. Hasil Analisis Regresi Sederhana .....	41
Tabel 4.2.2. Hasil Uji t .....	42
Tabel 4.2.3. Koefisiensi Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	43