

**PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP CITRA MEREK
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA
MOTOR HONDA BEAT**

SKRIPSI

Nama : Bimo Wicaksono

NIM : 43108010098



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

**PENGARUH IKLAN TELEVISI TERHADAP CITRA MEREK
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPEDA
MOTOR HONDA BEAT**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Bimo Wicaksono

NIM : 43108010098



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2012

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bimo Wicaksono

NIM : 43108010098

Program Studi : Manajemen – Strata 1

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 mendapatkan sanksi pembatalan skripsi ini apabila saya terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 Agustus 2012



(Bimo Wicaksono)
NIM : 43108010098

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk
Sepeda Motor Honda Beat

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

Bimo Wicaksono

43108010098

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal : 02 Agustus 2012

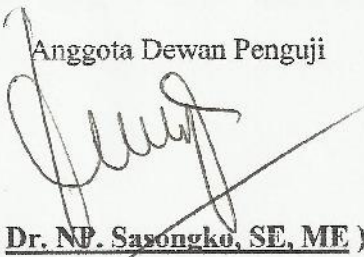
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



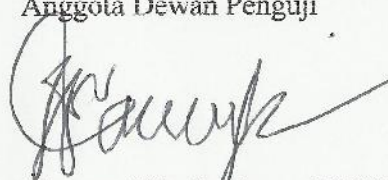
(Tri Wahyono, SE, MM)

Anggota Dewan Penguji



(Dr. NP. Sasongko, SE, ME)

Anggota Dewan Penguji



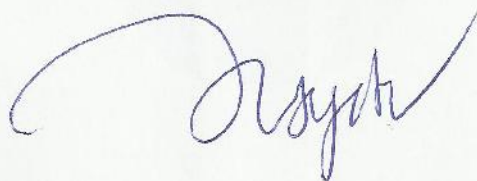
(Drs. Hasanuddin Pasiama, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bimo Wicaksono
NIM : 43108010098
Program Studi : Manajemen – Strata 1
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Citra Merek Dan
Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Honda Beat
Tanggal Lulus Ujian : 02 Agustus 2012

Disahkan oleh:

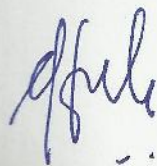
Pembimbing Skripsi



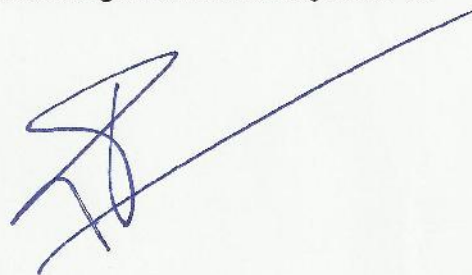
(R.M. Rasyid, SE, MM.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen–S1



(Dr. Wiwik Utami, SE. Ak. MS.)



(H. Arief Bowo Prayoga K, SE, MM)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan segala Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Honda Beat”.

Penyusunan skripsi ini penulis laksanakan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan tugas akhir program strata satu dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan tuntunan Allah SWT dan tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu dalam kesempatan ini penulis menghaturkan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, MM. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Wiwik Utami, SE. Ak. MS. selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak H. Arief Bowo Prayoga K, SE, MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Luna Haningsih, MM dan Tri Wahyono, SE, MM, selaku sekretaris program studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu memberikan arahan dalam skripsi ini.
5. Tafiprios, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan dukungan dan evaluasi perkuliahan di setiap semester.
6. R.M. Rasyid, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membantu dalam proses pembuatan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik.

7. Dr. NP. Sasongko, SE, ME dan Drs. Hasanuddin Pasiama, M.Si selaku Dosen penguji yang telah meluangkan waktunya.
8. Mafizatun Nurhayati, SE, ME saya mengucapkan banyak terima kasih atas nasehat dan sarannya dalam pembuatan skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
10. Ibu dan Ayah tercinta, Ibu Yuliah dan Bapak Sukadi yang selalu mengiringi dalam doa, bimbingan, nasihat, kasih sayang, ilmu dan segalanya yang telah diberikan.
11. Ade tercinta, Danang Pambudi, dan Arif Arya Mukti yang selalu mengiringi dalam doa, bimbingan, nasehat, kasih sayang, ilmu dan segalanya yang telah diberikan.
12. Bey tercinta Nur Alfiah beserta keluarga yang selalu setia menemani, *support*, sabar menghadapi penulis, memberikan perhatian, dan doa untuk selama ini.
13. Sahabat-sahabat tercinta Eva, Jumi, Tatik, Amel, Boy, MPC, BSD untuk dukungan, bantuan, petualangan, kebahagiaan, dan persahabatan yang kalian berikan, tanpa kalian hidup belum tentu berwarna dan karena kalian hidup penuh petualangan.
14. Teman-teman Manajemen reguler angkatan 2008 untuk semangat, keceriaan, dan kebersamaan selama ini.
15. Teman-teman satu pembimbing Jefri, Zeo, Umar. Untuk semangat, dan dukungan kalian.
16. Om Ajis, Tante, Kentung, Mba Yu, Babeh, 18+ untuk nasehat, semangat, dukungan dan doanya selama ini.
17. Seluruh pihak yang telah membantu. Namun tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terimakasih atas doa dan motivasinya sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi sempurnanya skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Jakarta, 02 Agustus 2012

Penulis,

BIMO WICAKSONO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.3 Periklanan.....	10
2.3.1 Pengertian Periklanan.....	10
2.3.2 Fungsi Periklanan.....	13
2.3.3 Televisi Sebagai Media Periklanan.....	14
2.3.4 Mengukur Efektifitas Iklan.....	17
2.4 Merek.....	20

2.4.1 Pengertian Merek.....	20
2.4.2 Manfaat Merek.....	22
2.5 Citra Merek.....	23
2.5.1 Pengertian Citra Merek.....	25
2.5.2 Manfaat Citra Merek.....	28
2.6 Perilaku Konsumen.....	29
2.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	29
2.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	30
2.6.3 Jenis Perilaku Pembelian.....	33
2.6.4 Keputusan Pembelian.....	36
2.7 Penelitian Terdahulu.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	44
3.1 Objek Penelitian.....	44
3.2 Desain Penelitian.....	44
3.3 Hipotesis.....	45
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	45
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.7 Jenis Data.....	48
3.8 Populasi dan Sampel.....	48
3.8.1 Populasi.....	48
3.8.2 Sampel.....	49
3.9 Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Karakteristik Responden.....	63
4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	63
4.1.2 Responden Menurut Usia.....	64
4.1.3 Responden Menurut Lama Pemakaian.....	65
4.1.4 Responden Uang Saku Perbulan.....	66
4.2 Deskriptif Variabel Penelitian – Menurut Responden.....	66
4.2.1 Variabel Periklanan.....	67
4.2.2 Variabel Citra Merek.....	68

4.2.3 Variabel Keputusan Pembelian.....	69
4.3 Pengujian Data.....	70
4.3.1 Validitas Data.....	70
4.3.2 Reliabilitas Data.....	76
4.3.3 Normalitas.....	77
4.3.4 Membentuk Diagram Jalur.....	78
4.4 Pengujian Hipotesis.....	81
4.4.1 Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Citra Merek.....	83
4.4.2 Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Simpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	91
Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner.....	99
Lampiran 3 : Pengujian Data.....	106

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Sepeda Motor di Indonesia bulan Januari dan Februari 2012.....	3
Tabel 2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen.....	33
Tabel 2.2 Empat Tipe Perilaku Pembelian.....	34
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.2 Indeks Kelayakan Model.....	61
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	63
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Sepeda Motor Honda Beat.....	65
Tabel 4.4 Responden Uang Saku.....	66
Tabel 4.5 Indikator Iklan Televisi.....	67
Tabel 4.6 Indikator Citra Merek.....	68
Tabel 4.7 Indikator Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.8 Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model) Iklan Televisi.....	71
Tabel 4.9 Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model) Citra Merek.....	73
Tabel 4.10 Indikator Keputusan Pembelian.....	76
Tabel 4.11 Reliabilitas.....	77
Tabel 4.12 Penilaian Normalitas.....	78
Tabel 4.13 Modification Indeces.....	80
Tabel 4.14 Pengukuran Tingkat Kesesuaian (<i>goodness-of-fit-model</i>).....	81
Tabel 4.15 Rangkuman Hasil Analisa Hipotesis dengan Metode SEM.....	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahap Proses Membeli.....	37
Gambar 3.1 Diagram Model Penelitian.....	56
Gambar 4.1 Model Penelitian Iklan Televisi.....	71
Gambar 4.2 Modifikasi Iklan Televisi.....	72
Gambar 4.3 Model Penelitian Citra Merek.....	73
Gambar 4.4 Modifikasi Citra Merek.....	74
Gambar 4.5 Model Penelitian Keputusan Pembelian.....	75
Gambar 4.6 Uji Kesesuaian Model.....	79
Gambar 4.7 Uji Kesesuaian Model dengan Modifikasi.....	80

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....	99
Lampiran 3 Pengujian Data.....	106