ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PROGRAM PERIKLANAN PADA P.T. HERO SUPERMARKET, Tbk JAKARTA

SKRIPSI
Program Studi Manajemen

Nama : **JEFRI PRANATA**

NIM : **03101-127**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2005

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PROGRAM PERIKLANAN PADA P.T. HERO SUPERMARKET, Tbk JAKARTA

SKRIPSI
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen

Nama : **JEFRI PRANATA**

NIM : **03101-127**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2005

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	:	**JEFRI PRANATA**
NIM	:	**0310-127**
NIRM	:	**0310-127**
Program Studi	:	**MANAJEMEN (S1)**
Judul Skripsi	:	**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TEHADAP PROGRAM PERIKLANAN PADA P.T. HERO SUPERMARKET, Tbk**

Tanggal Ujian Skripsi : 29 September 2005

Disahkan Oleh :

Pembimbing

(PRIYONO, SE, ME)
Tanggal:

Dekan,

(Drs. Hadri Mulya, Msi)
Tanggal:

Ketua Jurusan Manajemen/Akutansi

(Tafiprios, SE, MM)
Tanggal : 13/10 '05

KATA PENGANTAR

BISMILLAHIRROHMAANIRROHIIM

Alhamdulillahi Robbil 'aalamiin dengan segala kerendahan hati penulis panjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT Yang Maha Kuasa atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. ,

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, namun penulis tetap berusaha menyumbangkan buah pikiran yang paling maksimal kepada semua pihak. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, petunjuk serta dorongan yang telah diberikan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Kepada Orang Tua Penulis, Mama dan Papa tercinta yang selalu setia mendampingi penulis, memberikan dorongan baik moril maupun materil, doa yang tulus dan kasih sayang yang selalu menyertai langkah penulis setiap saat, juga kepada kakakku Sinta dan adik-adikku Berli dan Adam.

2. Bapak Priyono, SE, ME selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya membantu penulis dalam penyusunan skripsi.
3. Kepada Pimpinan P.T. Hero Supermarket dan staf-stafnya yang telah memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian dan berbagi waktu dan wawasannya.
4. Bapak H. Probosutedjo selaku Ketua Yayasan Menara Bhakti Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Ir. Suharyadi, M.S. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Drs. Hadri Mulya, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu buana.
7. Bapak Tafiprios, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Universitas Mercu Buana.
9. Sahabat-sahabat tercinta yang selalu setia menemani perjalanan penulis dalam suka dan duka membantu penulis untuk Mahpud, Devi Impres, Bhenk-bhenk, Sahrul, dan Dedi.
10. Untuk teman-temanku Wachid dan Lisa, Firman Bule dan Ira, Bodonk Ox's, Slamet, Restu, Udin, Zacky, T-zoy, Arif, Mursan, Anak-anak KOMEN, Ophunk, Izul, Iwan, Ucok, Nafwawi, dan Amak.
11. Untuk anak-anak Gank Mesjid Dwi, Yadi, Andri, Tono, Boyo, Aries Motor, Seram Motor, Ica, Marni, Latipah, Umayah, Herni, Wartel Otonomi, Ratih,

Wida, Kiki, Mail, Emphe, Lophe Dhipak, EMT Motor, Otek, Bejo, Komplenk, Arief, Wawan, Maman, dan Yuli.

12. Untuk semua teman-teman angkatan '01 jurusan manajemen laki-laki maupun perempuan yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, namun demikian penulis tetap berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membacanya.

Jakarta, September 2005

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR JUDUL i

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI ii

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian 1

B. Perumusan Masalah 3

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 3

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran 4

B. Pengertian Bauran Pemasaran 4

1. Produk 5

2. Harga 7

3. Tempat 7

4. Promosi 8

a. Beberapa Kegiatan Promosi 8

1). Periklanan 8

2). Personal Selling 9

3). Promosi Penjualan 9

4). Publisitas 9

C. Periklanan 9

1. Pengertian Periklanan 9

2. Sifat-sifat Iklan 11

3. Tujuan Iklan 11

4. Pengertian Iklan Secara Umum 12

5. Iklan Sebagai Salah Satu Unsur Bauran Pemasaran 13

6. Media-media Periklanan 14

D. Perilaku Konsumen 16

1. Pengertian Perilaku Konsumen 16

2. Variabel Dalam Mempelajari Perilaku Konsumen 16

3. Faktor-faktor Utama Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 17

4. Tahap-tahap Keputusan Pembelian 21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan 27

1. Lokasi Perusahaan 27

2. Sejarah P.T. Hero Supermarket Tbk 27

3. Struktur Organisasi 32

B. Metode Penelitian 41
C. Teknik Pengambilan Sampel 41
D. Variabel dan Pengukurannya 41
E. Definisi Operasional Variabel 42
F. Metode Pengumpulan Data 43
G. Metode Analisi Data 45

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden 47
1. Jenis Kelamin 47
2. Tingkat Usia 48
3. Tingkat Pendidikan 48
4. Jenis Pekerjaan 49
B. Analisis Deskriptif Perilaku Konsumen Terhadap Program Periklanan 50
1. Seberapa sering responden melihat iklan 50
2. Dimana responden pernah melihat iklan 50
3. Yang mempengaruhi responden dalam memilih Hero Supermarket sebagai tempet berbelanja 51

4. Seberapa besar iklan tersebut mempengaruhi responden dalam proses pengambilan keputusan untuk berbelanja di Hero Supermarket 52
5. Iklan yang responden baca/lihat dapat menarik perhatian untuk terus dilihat/dibaca 52
6. Tanggapan responden setelah berbelanja di Hero Supermarket mengenai sesuai/tidaknya mutu produk dengan yang diiklankan 53
7. Penyampaian pesan iklan 54
8. Visualisasi iklan 54
9. Warna yang digunakan dalam iklan 55
10. Unsur nusik yang digunakan dalam iklan 55
11. Ilustrasi yang digunakan dalam iklan 56
12. Kejelasan pesan yang disampaikan dalam iklan 56
13. Bahasa yang digunakan dalam iklan 57
14. Unsur tempat yang digunakan dalam pembuatan iklan 58

C. Analisis Faktor Perilaku Konsumen Terhadap program Periklanan 58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 66

B. Saran-saran 67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN RISET

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	48
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan....	48
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis pekerjaan.....	49
Tabel 4.5.	Seberapa Sering Responden Melihat Iklan.....	50
Tabel 4.6.	Dimana Responden Pernah Melihat Iklan.....	50
Tabel 4.7.	Yang mempengaruhi responden dalam memilih Hero Supermarket sebagai tempat berbelanja.....	51
Tabel 4.8.	Seberapa besar iklan tersebut mempengaruhi responden dalam proses pengambilan keputusan untuk berbelanja di Hero Supermarket.....	52
Tabel 4.9.	Iklan yang responden baca/lihat dapat menarik perhatian untuk terus dibaca/dilihat.....	52
Tabel 4.10.	Tanggapan responden setelah berbelanja di Hero Supermarket mengenai sesuai/tidaknya mutu produk dengan yang diiklankan.....	53
Tabel 4.11.	Penyampaian pesan iklan.....	54
Tabel 4.12.	Visualisasi Iklan.....	54
Tabel 4.13.	Warna yang digunakan dalam iklan.....	55
Tabel 4.14.	Unsur musik yang digunakan dalam iklan.....	55

Tabel 4.15. Ilustrasi yang digunakan dalam iklan..... 56

Tabel 4.16. Kejelasan pesan yang disampaikan dalam iklan..... 56

Tabel 4.17. Bahasa yang digunakan dalam iklan..... 57

Tabel 4.18. Tempat yang digunakan dalam pembuatan iklan 58

Tabel 4.19. faktor baru dan kontribusinya terhadap penelitian 65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner
2. Lampiran Analisis Faktor
3. Struktur Organisasi P.T. Hero Supermarket
4. Daftar Riwayat Hidup
5. Daftar Pustaka