



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PENGARUH IKLAN TELEVISI WARDAH VERSI “EXCLUSIVE MATTE

LIP CREAM DEWI SANDRA & RALINE SHAH”

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Eksplanatif Pada Mahasiswi Fikom

S1 Regular-2 Universitas Mercu Buana

Meruya Jakarta Tahun 2016)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

Komunikasi di bidang Studi Marcomm Advertising

Disusun oleh :

Indri Osyana

44313110001

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : PENGARUH IKLAN TELEVISI WARDAH VERSI
“EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM DEWI SANDRA &
RALINE SHAH” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Eksplanatif Pada Mahasiswi Fikom S1 Regular-2
Universitas Mercu Buana Meruya Jakarta Tahun 2016)

Nama : Indri Osyana

NIM : 44313110001

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marcomm

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Agustus 2017

**Mengetahui,
Pembimbing**

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul :PENGARUH IKLAN TELEVISI WARDAH VERSI
“EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM DEWI SANDRA &
RALINE SHAH” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Eksplanatif Pada Mahasiswi Fikom S1 Regular-2
Universitas Mercu Buana Meruya Jakarta Tahun 2016)

Nama : Indri Osyana

NIM : 44313110001

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marcomm

Jakarta, 19 Agustus 2017

Ketua Sidang,
(Dewi Sad Tanti, M.Ikom)



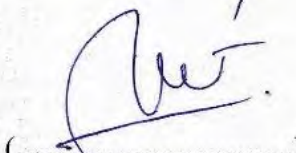
(.....)

Penguji Ahli,
(Morissan, MA)



(.....)

Pembimbing,
(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul :PENGARUH IKLAN TELEVISI WARDAH VERSI
“EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM DEWI SANDRA &
RALINE SHAH” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Eksplanatif Pada Mahasiswi Fikom S1 Regular-2
Universitas Mercu Buana Meruya Jakarta Tahun 2016)

Nama : Indri Osyana

NIM : 44313110001

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marcomm

Jakarta, 19 Agustus 2017

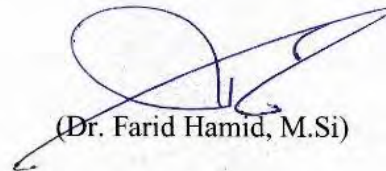
Disetujui dan Diterima oleh

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Advertising & Marcomm



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)



(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya tim penulis mampu menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **PENGARUH IKLAN TELEVISI WARDAH VERSI “EXCLUSIVE MATTE LIP CREAM DEWI SANDRA & RALINE SHAH” TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN** (Studi Eksplanatif Pada Mahasiswi Fikom S1 Regular-2 Universitas Mercu Buana Meruya Jakarta Tahun 2016), sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1) Komunikasi di bidang Studi Marcomm Advertising ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Proposal skripsi ini dibuat dengan berbagai observasi dan bantuan dari berbagai pihak untuk membantu menyelesaikan tantangan dan hambatan selama mengerjakan tugas ini. Oleh karena itu, tim penulis mengucapkan terima kasih antara lain kepada :

1. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si sebagai dosen pembimbing, terima kasih telah memberikan masukan, dorongan positif dan semangat yang begitu berharga selama bimbingan.
2. Dr. Farid Hamid, M. Si selaku ketua Bidang Studi Marketing Communication & Advertising.
3. Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fikom
4. Semua Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya Jurusan *Marketing Communication & Advertising*, terima kasih atas bimbingan dan pengajarannya, ilmu kalian sangat bermanfaat bagi penulis.

5. Staff Tata Usaha Fikom yang telah membantu penulis dalam memberikan layanan serta informasi dari semester awal hingga proses selesainya skripsi ini.
6. Untuk kedua orang tua Bpk. Budiman Sitorus & Ibu Rentina Silalahi tercinta yang telah memberikan doa serta dukungan selama ini.
7. Untuk keluarga besar PT. PKM, khususnya kepada pimpinan saya Bp. Suharyanto Gunawan yang selalu mendukung saya selama ini.
8. Seluruh teman-teman *BFF* (Susy Andhika Sari, Yulia Indah Harfiani, Megasti Titian Sitorus dan Imelda Fuzi Astuti) yang selalu mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Keluarga besar *Arrow Generation* yang selalu mendoakan dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan *Marcomm & Advertising* Universitas Mercu Buana khususnya angkatan 2013 yang saling mendukung dan mendoakan demi kelancaran penyusunan skripsi.

Tim penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang mendasar pada proposal skripsi ini. Untuk itu, tim penulis mengundang pembaca untuk memberikan saran serta kritik yang dapat membangun. Semoga proposal skripsi ini membawa manfaat bagi siapa saja yang membutuhkan.

Jakarta, 04 Mei 2017

Tim Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Identifikasi Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Bagi Peneliti	12
1.5.2 Bagi Perusahaan	12
1.5.2 Bagi Akademis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kerangka Teori	16
2.2.1 Teori Stimulus Respon	16
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	18
2.2.3 Perilaku Konsumen	35

2.2.4 Keputusan Pembelian.....	40
2.3 Kerangka Berpikir.....	45
2.4. Hipotesis	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Tipe Penelitian	47
3.2 Metode Penelitian	47
3.3 Populasi dan Sampel	48
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukurannya	51
3.5 Instrumen Penelitian	52
3.6 Pengukuran Keputusan Pembelian	53
3.7 Pengukuran Iklan Televisi	53
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.10 Teknik Analisis dan Penyajian Data.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 GAMBARAN OBYEK PENELITIAN	63
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	63
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	64
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	65
4.2 Hasil Analisis	65
4.3 Hasil Uji Instrumen.....	70
4.4 Hasil Korelasi.....	74
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik	75

4.6 Hasil Pengujian Goodness of Fit.....	78
4.7. Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Indeks ALS Produk Wardah 2011-2015.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswi Fikom S1 Regular 2 Tahun 2016	47
Tabel 3.2 Operasional Variabel	50
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	57
Tabel 4.1 Karakteristik Usia	60
Tabel 4.2 Karakteristik Mahasiswi Berdasarkan Gaji	61
Tabel 4.3 Hasil Uji Deskriptif Tayangan Iklan.....	62
Tabel 4.4 Hasil Uji Deskriptif Kuesioner Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Tayangan Iklan	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas.....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	72