



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH TERPAAN IKLAN ROKOK DJARUM 76
VERSI JIN DAN SIKAP MAHASISWA MERCU
BUANA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Disusun Oleh :

IDA LESTARI YUNIARTI

44314110035

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH TERPAAN IKLAN ROKOK
DJARUM 76 VERSI JIN DAN SIKAP
MAHASISWA MERCU BUANA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Nama : Ida Lestari Yuniarti

NIM : 44314110035

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 16 Juni 2017

Mengetahui,
Pembimbing

(SM. Niken R. M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH TERPAAN IKLAN ROKOK
DJARUM 76 VERSI JIN DAN SIKAP
MAHASISWA MERCU BUANA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Nama : Ida Lestari Yuniarti

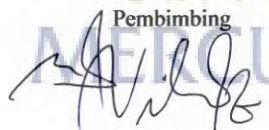
NIM : 44314110035


Fakultas : Ilmu Komunikasi


Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran


Jakarta, 16 Juni 2017

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(SM. Niken R. M.Si)

Ketua Bidang Studi
Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

(Dr. Farid Harid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Sulisty, M.Comm., Ph.D)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH TERPAAN IKLAN ROKOK
DJARUM 76 VERSI JIN DAN SIKAP
MAHASISWA MERCU BUANA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Nama : Ida Lestari Yuniarti

NIM : 44314110035

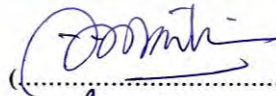
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan dan Komunikasi Pemasaran


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Juni 2017

Ketua Sidang,
Dewi Sad Tanti, M.Ikom


(.....)

Penguji Ahli,
Dadan Iskandar, M.Si


(.....)

Pembimbing
SM. Niken R. M.Si


(.....)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus atas segala berkat dan rahmat-Nya yang tidak pernah berkesudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul, **PENGARUH TERPAAN IKLAN ROKOK DJARUM 76 VERSI JIN DAN SIKAP MAHASISWA MERCU BUANA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN** sesuai dengan harapan.

Adapun tujuan dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana S-1, jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercu Buana, Jakarta. Berbagai macam kendala dan kesalahan menjadi bagian yang tak dapat terpisahkan dari proses pembuatan skripsi ini, namun perbaikan-perbaikan yang senantiasa peneliti lakukan, membuat skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. SM. Niken R. M.Si, selaku Pembimbing Skripsi yang selalu membimbing peneliti untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik
2. Universitas Mercu Buana sebagai tempat dimana peneliti menimba ilmu dan telah memberikan data penunjang skripsi peneliti
3. Dr. Farid Hamid M,Si, selaku Ketua Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

4. Dr. Agustina Zubair.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Dr. Ponco Sulisty, M.Comm.,Ph.D selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
6. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu kepada peneliti
7. Bapak Miller Sihaloho dan Ibu Risdonna Panjaitan selaku orang tua yang selalu memberikan cinta yang tulus, kasih sayang yang tidak pernah habis, doa, dan dukungan baik moril maupun materiil yang tidak ada henti-hentinya selama ini
8. Mario, Gressy, Angel, Naomi, Tasya, Abel, Resti selaku kakak dan Adik-Adik yang selalu memberikan support, doa, dan canda tawa dalam mengiringi peneliti hingga terselesainya skripsi ini
9. Chris Martin dan Liam Gallagher yang memberikan semangat dan inspirasi kepada peneliti walaupun secara tidak langsung namun berhasil melancarkan semangat dan niat untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik
10. Teman-teman jalan, Kevin, Ajeng, Sarailsa, Rafli, Cindy, Brian, Citra, fredo yang selalu menghibur dan menyemangati penulis.
11. Teman-teman Markom, Rizka, Nunu, Tritami, Teh Yusti, Edho, Sandi dan teman markom lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah

menyemangati dan memberikan support serta canda tawa yang membuat kehidupan di kampus menjadi seru dan tidak membosankan

12. Serta seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan dalam skripsi ini, oleh sebab itu segala saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna menyempurnakan penelitian ini agar menjadi lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan menjadi sumbangan pemikiran kepada pembaca khususnya para mahasiswa Universitas Mercu Buana. Akhir kata, penulis mengucapkan semoga Tuhan memberikan rahmat-Nya atas segala amal kebajikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini



Jakarta, 15 Juni 2017

Ida Lestari Yuniarti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
I. PENDAHULUAN	Halaman
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Periklanan Sebagai Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.1 Fungsi Periklanan.....	17
2.2.2 Tujuan Iklan	17
2.2.3 Jenis-Jenis Iklan	18
2.2.4 Iklan Televisi.....	21
2.2.5 Elemen-Elemente Televisi	21
2.3. Terpaan Iklan	23
2.4. Sikap	25
2.4.1 Konsep Sikap	25
2.4.2 Komponen Sikap.....	27
2.4.3 Pembentukan dan Perubahan Sikap	29
2.5. Psikologi Perkembangan.....	31
2.5.1 Tugas Perkembangan Manusia	37
2.6. Keputusan Pembelian.....	41
2.7. Kerangka Teori	46
2.7.1 Konsep Teori SOR.....	46
2.8. Hipotesis Teoritis	47

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Tipe Penelitian	50
3.2	Metode Penelitian.....	51
3.3	Populasi dan Sampel	51
	3.3.1 Populasi.....	51
	3.3.2 Sampel.....	53
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	54
	3.4.1 Definisi Konsep.....	54
	3.4.2 Operasionalisasi Konsep	55
3.5	Validitas dan Reliabilitas	58
	3.5.1 Validitas	58
	3.5.2 Reliabilitas.....	64
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	66
	3.6.1 Data Primer	66
	3.6.2 Sekunder.....	67
3.7	Teknik Analisa Data.....	67
	3.7.1 Proses <i>Editing</i>	67
	3.7.2 Proses Pengkodean Data (Coding).....	68
	3.7.3 Analisis Regresi Linear	69

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	73
	4.1.1 Gambar Umum Perusahaan & Produk	73
4.2	Hasil Penelitian	77
	4.2.1 Identitas Responden	78
	4.2.2 Hasil Penelitian Variabel (X1) Terpaan Iklan.....	82
	4.2.3 Hasil Penelitian Variabel (X2) Sikap	84
	4.2.4 Hasil Penelitian Variabel (Y) Keputusan Pembelian	96
4.3	Pembahasan.....	98
	4.3.1 Hasil Analisis Korelasi.....	100
	4.3.2 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	102
	4.3.2.1 Koefisien Korelasi (R)	102
	4.3.2.2 Koefisien Determinasi (KD)	103
	4.3.2.2 Uji Hipotesis (Uji t)	103

V.	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	107
4.2	Saran.....	108
	5.2.1 Akademis.....	108
	5.2.2 Praktis.....	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.2.	Respon yang Digunakan untuk Penyimpulan Sikap.....	28
Tabel 3.1.	Populasi Mahasiswa Aktif UMB	52
Tabel 3.2.	Operasional konsep.....	56
Tabel 3.3.	Validitas Variabel (X1) Terpaan Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin	61
Tabel 3.4.	Validitas Variabel (X2) Sikap	61
Tabel 3.5.	Validitas Variabel (Y) Keputusan Pembelian	63
Tabel 3.6.	Reabilitas Variabel (X1) Terpaan Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin	65
Tabel 3.7.	Reabilitas Variabel (X2) Sikap.....	65
Tabel 3.8.	Reabilitas Variabel (Y) Keputusan Pembelian	65
Tabel 3.9.	Skala Likert.....	69
Tabel 3.10.	Tabel Korelasi Koefisien r.....	71
Tabel 4.1.	Cuplikan Iklan Rokok Djarum 76	75
Tabel 4.2.	Umur.....	78
Tabel 4.3.	Pekerjaan	79
Tabel 4.4.	Lama Merokok	79
Tabel 4.5.	Pernah Merokok Djarum 76	81
Tabel 4.6.	Pernah Merokok Selain Djarum 76	82
Tabel 4.7.	Sering Menonton Iklan Rokok Djarum 76	82
Tabel 4.8.	Lamanya Menonton Iklan Rokok Djarum 76.....	83
Tabel 4.9.	Perhatian Terhadap Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin...	84
Tabel 4.10.	Pernah Melihat Adanya Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin.....	85
Tabel 4.11.	Anda Tahu Alur Cerita Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin.....	85
Tabel 4.12.	Anda Tahu Latar Belakang Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin.....	86

Tabel 4.13.	Anda Tahu Pesan Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin.....	86
Tabel 4.14.	Anda Tahu Bintang Iklan Djarum 76 Versi Jin.....	87
Tabel 4.15.	Anda Tahu Produk Rokok Selain Djarum 76.....	88
Tabel 4.16.	Anda Tahu Musik Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin.....	88
Tabel 4.17.	Anda Suka Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin	89
Tabel 4.18.	Anda Suka Alur Cerita Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin.....	90
Tabel 4.19.	Anda Suka Latar Belakang Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin.....	91
Tabel 4.20.	Anda Suka Pesan Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin.....	92
Tabel 4.21.	Anda Suka Bintang Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin...	93
Tabel 4.22.	Anda Suka Produk 2Rokok Djarum 76 Versi Jin.....	94
Tabel 4.23.	Anda Suka Musik Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin.....	95
Tabel 4.24.	Anda Berminat Membeli Produk Djarum 76.....	96
Tabel 4.25.	Keputusan Pembelian Dilakukan Setelah Menonton Iklan Rokok Djarum 76 Versi Jin Versi Jin	97
Tabel 4.26.	Anda Melakukan Pembelian Ulang Rokok Djarum 76..	98
Tabel 4.27.	Correlations	100
Tabel 4.28.	Correlations Partial.....	101
Tabel 4.29.	Model Summary	102
Tabel 4.30.	ANOVA.....	103
Tabel 4.31.	Coefficients.....	104