

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus telah memberikan berkat dan KasihNya yang tiada habisnya sehingga penyusunan Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Elemen Iklan Televisi Telkomsel Simpati Terhadap Keputusan Pembelian”. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan program strata satu pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Bandung.

Dalam penelitian ini, peneliti telah banyak mendapatkan bimbingan, kritik, saran, dan motivasi yang sangat besar dari berbagai pihak. Peneliti menyadari tanpa bantuan berbagai pihak, sulit kiranya untuk menyelesaikan penelitian ini. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Telkom, Bapak Prof. Ir Mochammad Ashari, M.Eng., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom, Bapak Dr.Ir. Husni Amani, M.M., M.Sc
3. Ibu Siska Noviaristanti, S.Si., MT selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Telkom Economic and Business School, Telkom University.
4. Ibu Rah Utami Nugrahani, S.Sos., MBA,. selaku dosen wali yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran, kemudahan, dan motivasi dengan penuh kesabaran sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Ibu Wanda Listiani S.Sos., M.Ds selaku dosen pembimbing penulis yang selalu memberi dukungan, doa, semangat serta kesabaran dalam membimbing peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Mamak tercinta Riana Novelina Siahaan dan Bapak terkasih Tigor Pardamean Sihombing karena berkat semua kasih sayang dan motivasi, kesabaran dan doa yang tiada habisnya yang diberikan kepada peneliti makin bersemangat untuk menyelesaikan kewajiban penulisan skripsi ini.
7. Adik-adikku terkasih Samuel Sihombing, Timotius Sihombing, Ruth Sihombing, yang selalu memberi semangat kepada peneliti yang tiada habisnya.
8. Keluarga penulis dimanapun berada, Oppung Boru, Oppung Doli, Bapatua Inangtua Ruth, Namboru, AmangboruTulang, Bapauda, Tante, Tulang dan semua keluarga besar yang tidak bisa disebutkan satu-persatu untuk semua kasih sayang, doa dan semua dukungannya kepada penulis.
9. Sahabat-sahabat peneliti Ester, Dewi, Vannya, Evantri, Nelva, Dian, Dita, Stevy, Ocha, Lucy, Maya, Winda dan yang lainnya yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, yang sudah sama-sama berjuang dan saling memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kakak dan Abang Guru Sekolah Minggu HKBP Bandung Martadinata yang selalu memberikan semangat, dan selalu mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang MahaEsa melimpahkan balasan pahala serta berkatNya kepada semua pihak yang telah banyak membantu, mendoakan dan mendukung peneliti. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Terlepas dari kekurangan yang ada, semoga skripsi ini bermanfaat untuk penelitian selanjutnya, sehingga dapat dijadikan bahan pembelajaran untuk penelitian yang lebih baik dimasa yang akan datang, serta bermanfaat untuk perkembangan Ilmu Komunikasi.

Bandung, Desember 2013

Penulis,

Lidia Nauli Basa Sihombing.

## DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**LEMBAR PERNYATAAN.....iii**

**ABSTRAK .....iv**

**ABSTRACK .....v**

**KATA PENGANTAR .....vi**

**DAFTAR ISI ..... x**

**DAFTAR TABEL ..... xiii**

**DAFTAR GAMBAR .....xv**

**BAB I PENDAHULUAN ..... 1**

1.1 Latar Belakang Penelitian ..... 1

1.2 Rumusan Masalah ..... 15

1.3 Tujuan Penelitian ..... 15

1.4 Manfaat Penelitian ..... 16

1.4.1 Secara Teoritis ..... 16

1.4.2 Secara Praktis .....16

1.5 Tahapan Penelitian ..... 17

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian ..... 18

**BAB II KAJIAN PUSTAKA ..... 19**

2.1 Penelitian Terdahulu ..... 19

2.2 Tinjauan Teori ..... 28

2.2.1 Konsep Komunikasi..... 28

2.2.2 Pemasaran ..... 32

2.2.3 Komunikasi Pemasaran..... 35

2.2.4 Bauran Pemasaran..... 39

2.2.5 Periklanan.....41

2.2.6 Jenis Media Iklan..... 48

2.2.7 Iklan Televisi.....51

2.2.8 Elemen Iklan Televisi.....59

2.2.9 Perilaku Konsumen..... 65

2.2.10 Keputusan Pembelian Model Lima Tahap.....69

2.3 Hipotesis Penelitian ..... 75

2.4 Kerangka Pemikiran ..... 75

2.5 Ruang Lingkup Penelitian ..... 78

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN ..... 79**

3.1 Paradigma Penelitian ..... 79

3.2	Metode Penelitian .....	80
3.3	Objek Penelitian .....	83
3.3.1	Profil Perusahaan.....	83
3.4	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran .....	85
3.4.1	Operasionalisasi Variabel .....	87
3.4.2	Skala Pengukuran .....	93
3.5	Populasi dan Sampel .....	94
3.5.1	Populasi .....	94
3.5.2	Sampel .....	95
3.5.3	Teknik <i>Sampling</i> .....	97
3.6	Pengumpulan Data .....	98
3.6.1	Jenis Data .....	98
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data .....	100
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	102
3.7.1	Uji Validitas. . . . .	102
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	105
3.8	Teknik Analisis Data .....	106
3.8.1	Statistik Deskriptif.....	106
3.8.2	<i>Method Of Successive Interval (MSI)</i> .....	109
3.8.3	Uji Asumsi Dasar.....	111
3.8.4	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	113
3.8.5	Uji Hipotesis .....	116

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....118**

4.1	Karakteristik Responden .....	118
4.1.1	Karakteristik Respoden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	118
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	120
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	121
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	123
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Acara Tv.....	124
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jam Menonton.....	126
4.2	.....	Hasil
	Penelitian dan Pembahasan.....	128
4.2.1	Hasil Analisis Variabel Elemen Iklan .....	128
4.2.2	Hasil Analisis Variabel Keputusan Pembelian .....	139
4.2.3	Uji Asumsi Klasik .....	143
4.2.4	Pengujian Hipotesis .....	152
4.2.5	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	153
4.2.6	Koefisien Determinasi.....	154
4.2.7	Uji T.....	156

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	159
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>165</b>
5.1 Simpulan .....	165
5.2 Saran .....	160
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	165
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	166
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>167</b>