

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Tinjauan Perbandingan Periklanan Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Menggunakan Produk Kartu AS dan IM3”. Tidak lupa shalawat dan salam penulis haturkan kepada pemimpin teladan dan penuntun umat manusia Rasulullah Muhammad SWA yang telah membawa pencerahan di dunia ini.

Penulis menyadari penyusunan Tugas Akhir ini dapat selesai dengan tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, saran serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini khususnya kepada :

1. Yang utama dan terutama Tuhan Yang Maha Esa, Rasulullah Muhammad dan Nabi-Nabi Utusan Tuhan.
2. Bapak Agus Maolana Hidayat selaku Dosen Pembimbing atas waktu yang telah diluangkan untuk bimbingan, petunjuk, dan nasehat dalam proses pembuatan Tugas Akhir sampai selesai.
3. Bapak dan Ibu Dosen di Sekolah Ilmu Terapan Telkom terutama jurusan D3 Manajemen Pemasaran yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
4. Kedua orang tua yang paling ku sayang, terima kasih atas dukungan moril, dan materil, serta doa yang tidak pernah putus untuk anaknya. Sekali lagi terima kasih buat mama Irma Suryani dan papa Syamsul Rizal atas segala yang telah diberikan.
5. Saudara laki-laki yang ku sayang, kakak Muhammad Fariz Irza, Aulia Rusdy Irza, dan Taufiq Irza terima kasih dukungannya.
6. Saudara perempuan beda orang tua yang ku sayang, kak Nanda Masitha terima kasih atas semua kebaikan dan dukungannya.
7. Teman-teman dan kakak-kakak kost tiana putri yang ku sayang, terutama kak Tetty Nurtiasih, Ossela Sandra Witasari, dan Sanina Khairiah yang telah banyak membantu dalam pengerjaan Tugas Akhir ini serta teman-teman lain terima kasih atas bantuan dan motivasinya.

8. Okta dan Atik yang telah membantu dan memberikan dukungan. Teman-teman lain yang sekelas maupun yang tidak sekelas, terima kasih atas dukungannya.
9. Semua pihak yang telah berkenan memberikan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna agar pada penulisan selanjutnya dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Bandung, 07 Februari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Gambaran Umum dan Objek Observasi	Error! Bookmark not defined.
1.2 Latar Belakang Objek Observasi.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Observasi	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kegunaan Observasi	Error! Bookmark not defined.
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	Error! Bookmark not defined.
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
2.1 Relevansi Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Bauran pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.1 Pengertian Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.2 Fungsi Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.3 Bauran Promosi.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.4 Periklanan (<i>Advertising</i>)	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Efektivitas Komunikasi Massa	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Keputusan Pembelian Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 Model <i>Hierarchy of Effect</i>	Error! Bookmark not defined.

2.2	Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.2.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
2.2.2	Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
2.2.3	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
2.2.4	Metode Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4.1	Analisis Reliabilitas Dan Validitas	Error! Bookmark not defined.
2.2.4.2	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
2.2.4.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4.4	Uji Goodness of Fit	Error! Bookmark not defined.
2.2.4.5	Paired Samples T Test	Error! Bookmark not defined.
2.3	Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.4	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
2.4.1	Deskripsi Periklanan	Error! Bookmark not defined.
2.3.1.1	Deskripsi Periklanan Kartu AS	Error! Bookmark not defined.
2.3.1.2	Deskripsi Periklanan IM3	Error! Bookmark not defined.
2.4.2	Deskripsi Responden	Error! Bookmark not defined.
2.4.2.1	Deskripsi Responden berdasarkan Jenis kelamin	Error! Bookmark not defined.
2.4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
2.4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Status/Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
2.4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Responden..	Error! Bookmark not defined.
2.4.3	Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
2.4.3.1	Analisa Penilaian Responden Terhadap Iklan Kartu AS..	Error! Bookmark not defined.
2.4.3.2	Analisa Penilaian Responden Terhadap Iklan IM3	Error! Bookmark not defined.
2.4.3.3	Analisa Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian Kartu AS	Error! Bookmark not defined.

2.4.3.4	Analisa Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian IM3	Error! Bookmark not defined.
2.4.4	Uji Reliabilitas dan Validitas	Error! Bookmark not defined.
2.4.4.1	Uji Reliabilitas dan Validitas Kartu AS	Error! Bookmark not defined.
2.4.4.2	Uji Reliabilitas dan Validitas IM3	Error! Bookmark not defined.
2.4.5	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.5.1	Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.5.2	Uji Autokorelasi	Error! Bookmark not defined.
2.4.5.3	Uji Multikolinieritas	Error! Bookmark not defined.
2.4.5.4	Uji Heteroskedasitas.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.6	Analisis Regresi Linear Berganda	Error! Bookmark not defined.
2.4.6.1	Kesamaan Regresi Kartu AS	Error! Bookmark not defined.
2.4.6.2	Kesamaan Regresi IM3	Error! Bookmark not defined.
2.4.7	Uji Goodness of Fit.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.7.1	Uji <i>Goodness of Fit</i> Pada Kartu AS	Error! Bookmark not defined.
2.4.7.2	Uji Goodness of Fit Pada IM3	Error! Bookmark not defined.
2.4.8	<i>Paired Samples T Test</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB III	KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
3.1	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Saran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Profil Media Iklan	11
Tabel 2.2 Operasional Variabel (X)	17
Tabel 2.3 Operasional Variabel (Y)	19
Tabel 2.4 Bentuk Opsi Daftar Pernyataan	21
Tabel 2.5 Jenis Kelamin Responden	29
Tabel 2.6 Kategori Usia Responden	30
Tabel 2.7 Kategori Status Responden	30
Tabel 2.8 Kategori Pengeluaran Responden	31
Tabel 2.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Awareness</i> Pada Iklan Kartu AS	32
Tabel 2.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Knowledge</i> Pada Iklan Kartu AS	32
Tabel 2.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Liking</i> Pada Iklan Kartu AS	33
Tabel 2.12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Preference</i> Pada Iklan Kartu AS	34
Tabel 2.13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Conviction</i> Pada Iklan Kartu AS	34
Tabel 2.14 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Purchase</i> Pada Iklan Kartu AS	35
Tabel 2.15 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Awareness</i> Pada Iklan IM3	36
Tabel 2.16 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Knowledge</i> Pada Iklan IM3	36
Tabel 2.17 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Liking</i> Pada Iklan IM3	37
Tabel 2.18 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Preference</i> Pada Iklan IM3	38
Tabel 2.19 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Conviction</i> Pada Iklan IM3	38
Tabel 2.20 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Purchase</i> Pada Iklan IM3	39
Tabel 2.21 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Kartu AS	39
Tabel 2.22 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian IM3	40
Tabel 2.23 Reliability Statistics Kartu AS (Media Iklan Televisi)	41
Tabel 2.24 Reliability Statistics Kartu AS (Media Iklan <i>Outdoor</i>)	41

Tabel 2.25 Item-Total Statistics Kartu AS (Media Iklan Televisi)	42
Tabel 2.26 Item-Total Statistics Kartu AS (Media Iklan <i>Outdoor</i>)	42
Tabel 2.27 Reliability Statistics IM3 (Media Iklan Televisi)	43
Tabel 2.28 Reliability Statistics IM3 (Media Iklan <i>Outdoor</i>).....	43
Tabel 2.29 Item-Total Statistics IM3 (Media Iklan Televisi)	44
Tabel 2.30 Item-Total Statistics IM3 (Media Iklan <i>Outdoor</i>)	44
Tabel 2.31 Hasil Uji Normalitas Kartu AS.....	45
Tabel 2.32 Hasil Uji Normalitas IM3	46
Tabel 2.33 Hasil Uji Autokorelasi Kartu AS	46
Tabel 2.34 Hasil Uji Autokorelasi IM3	47
Tabel 2.35 Hasil Uji Multikolineritas Kartu AS	47
Tabel 2.36 Hasil Uji Multikolineritas IM3	48
Tabel 2.37 Ringkasan Hasil Regresi Pada Kartu AS	49
Tabel 2.38 Ringkasan Hasil Regresi Pada IM3	50
Tabel 2.39 Hasil Uji T Pada Iklan Kartu AS	51
Tabel 2.40 Hasil Uji F Pada Iklan Kartu AS	52
Tabel 2.41 Hasil Koefisien Determinasi Pada Iklan Kartu AS.....	52
Tabel 2.42 Hasil Uji T Pada Iklan IM3	53
Tabel 2.43 Hasil Uji F Pada Iklan IM3	53
Tabel 2.44 Hasil Koefisien Determinasi Pada Iklan IM3.....	54
Tabel 2.45 Hasil Uji Beda (<i>Paired Sample T Test</i>)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Perilaku Konsumen.....	15
Gambar 2.2 Model <i>Hierarchy of Effect</i> Lavidge & Stainer.....	17
Gambar 2.3 Iklan Kartu AS	27
Gambar 2.4 Iklan IM3	28
Gambar 2.5 Hasil Uji Heterokedasitas Pada Iklan Kartu AS	48
Gambar 2.6 Hasil Uji Heterokedasitas Pada Iklan IM3	49

