

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk kelulusan program S-1 Administrasi Bisnis di Institut Manajemen Telkom Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan perhatian, bimbingan, semangat serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis berterimakasih kepada:

1. Keluarga tercinta Bapa, Mama, Bagas yang berada dilubuk hatiku paling dalam yang selalu mendukung dan memotivasi langkah-langkahku sampai saat ini.
2. Ibu Rd. Nurafni Rubiyanti, SMB, MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan berbagai masukan dan ilmu serta kesabaran, waktu, arahan, dukungan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Penguji 1 Ibu Kristina Sisilia, ST, MBA dan Penguji 2 Bapak Ari Widodo yang telah menguji dan membantu membimbing penulis dalam sidang skripsi, sehingga penulis dapat menyepurnakan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak terlepas dari kekurangan dan ketidaksempurnaan, namun demikian dengan segala keterbatasannya semoga dapat berguna bagi yang membutuhkan

Bandung,

Alya Yuliana

HALAMAN PERSEMBAHAN



Tugas akhir ini dan seluruh jerih payah selama ini, saya persembahkan untuk:

1. Orang Tua dan adik, Bapa, Mama dan Bagas yang telah memberikan segala cinta, kasih sayang, dukungan dan motivasi dan mendoakan saya tanpa mengenal lelah
2. Keluarga tercinta yang selalu penulis banggakan Abang Eja, Abang Ivo, Oca,, mauwo, ayah dan seluruh keluarga saya yang telah memberikan seluruh doa dan semangatnya.
3. Ibu Ida N. Relawan, Dra, MM selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Institut Manajemen Telkom.
4. Seluruh Dosen serta Staff di Institut Manajemen Telkom Bandung yang selama ini telah berjasa kepada saya untuk bantuan dan informasi yang sangat bermanfaat.
5. Kresna Wibisono beserta keluarga yang telah memberikan seluruh doa, cinta, kasih sayang, waktu dan semangatnya.
6. Sahabat-sahabat tercinta Fasa, Acil, Boyang, Dine,nAyi, Epi, Eci, Ilo, Dabot, Bagus yang telah memberikan dukungan dan doa motivasi kepada penulis, dan teman-teman seperjuangan Administrasi Bisnis kelas C 2009
7. Seluruh temen-teman IM Telkom, MBTI, Akuntansi, Administrasi Binis, Ikom, DKV yang telah mendukung dan memotivasi saya

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua.

Bandung, 20 September 2013

Alya Yuliana

ABSTRAK

Perkembangan minuman isotonic di Indonesia akhir-akhir ini menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. PT Amerta Indah Otsuka sebagai salah satu perusahaan penyedia produk konsumsi kesehatan mengeluarkan berbagai macam produk konsumsi kesehatan salah satunya adalah Pocari Sweat. Seiring dengan berkembang pesatnya industry minuman isotonic di Indonesia, membuat para perusahaan tersebut saling berlomba untuk mendapatkan hati para konsumen. Salah satu cara yang sering digunakan oleh perusahaan adalah melalui periklanan.

Iklan bertujuan untuk mengenalkan, membujuk dan mengingatkan pembeli mengenai keberadaan suatu produk sekaligus meningkatkan penjualan. Stimulus iklan antara lain; ukuran dan visual, efek suara dan music, tokoh / figure, bahasa dalam periklanan, ilustrasi cerita, durasi standar di gunakan untuk penguat merk dan penyampaian pesan-pesan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh stimulus iklan Pocari Sweat JKT48 versi “*Presentation*” di Media Televisi Terhadap *Brand Awareness* pada masyarakat kota Bandung. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Variabel bebas, yakni Stimulus Iklan Media Televisi (X) serta variabel terikat *Brand Awareness* (Y).

Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Bandung sebanyak 100 responden. Penetapan responden menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode *sampling Insidental*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dan analisis deskriptif. Data yang diperoleh diolah dan di uji dengan aplikasi (*SPSS*) versi 20.0 *for window*.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan regresi linear sederhana diketahui bahwa stimulus iklan media televisi mempengaruhi *brand awareness* sebesar 42,5% dan sisanya 57,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini, yang artinya bahwa Stimulus iklan pocari sweat JKT48 veri “*presentation*” di media televisive berpengaruh secara signifikan terhadap *brand awareness* pada masyarakat kota Bandung.

Kata Kunci: Stimulus Iklan Media Televisi, *Brand Awareness*

ABSTRACT

The isotonic beverage development in Indonesia is recently showed the fast progress. PT Amerta Indah Otsuka as one of health consumption product provides all kind of isotonic beverage and one of them is Pocari Sweat. As long as the isotonic beverage industry makes a progress in Indonesia, the company starts to make a sympathy Indonesia citizen. One of their ways is make an advertisement.

Advertisement purposes to introduce, persuade and remember the customer about the product existence while to increase the seller. The advertisement stimulus are: size and visual, sound effect and music, figure, the advertisement language, story illustration, standard duration is used to remember the brand and stories delivery by the company. This research purposes to know about the stimulus effect of Pocari Sweat advertisement by JKT48 version "Presentation" in television to the Brand Awareness in Bandung citizen. The variables use in this research are independent variable, Stimulus Media Advertisement Television (X) and dependent variable Brand Awareness (Y).

The method to gather the data is spread the questioner and sample which is used in this research to the citizen in Bandung as much as 100 respondents. To decide about the respondent is non-probability sampling with insidental sampling. To analyze data is use quantitative analyze and descriptive analyze. The data which has gotten then processed and tested by SPSS application version 20.0 for window.

The result of the measure with the simple linear regression find that stimulus of television media advertisement effect brand awareness as much as 42,5% and the other 57,5% is effected by othe variable which is not include in this research, which means that stimulus of pocari sweat advertisement JKT48 "presentation" version in television effect significantly to the brand awareness in citizen of Bandung.

Key Words: *Television Media Advertisement Stimulus, Brand Awareness*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.....	G
ambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1.....	Pr
ofil Perusahaan.....	1
1.1.2.....	V
isidan Misi Perusahaan	2
1.1.3.....	Pr
oduk Perusahaan	2
1.2.....	L
atar Belakang Penelitian	4
1.3.....	P
erumusan dan Identifikasi Masalah	13

1.3.1.....	P
erumusan Masalah	13
1.3.2.....	Id
entififikasi Masalah	13
1.4.....	T
ujian Penelitian	14
1.5.....	K
egunaan Penelitian	14
1.6.....	Si
tematika Penulisan Tugas Akhir	15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1	Ti
ninjauan Pustaka Penelitian	16
2.1.1.....	M
anajemen Pemasaran	16
2.1.2.....	B
auran Pemasaran.....	16
2.1.3.....	Pr
omosi	17
2.1.4.....	P
eriklanana	19
2.1.5.....	M
edia Periklanan	22
2.1.6.....	D
imensi Periklanan	29
2.1.7.....	M
erek.....	31

2.1.8.....	<i>B</i>
<i>rand Equity</i>	32
2.1.9.....	<i>B</i>
<i>rand Awareness</i>	34
2.2.....	<i>P</i>
enelitianTerdahulu.....	39
2.2.1.....	<i>S</i>
kripsi.....	39
2.2.2.....	<i>Ju</i>
rnal Nasional.....	44
2.2.3.....	<i>Ju</i>
rna Internasional.....	46
2.3.....	<i>K</i>
erangkaPemikiran.....	48
2.4.....	<i>H</i>
ipotesis.....	51
2.5.....	<i>R</i>
uang LingkupPenelitian.....	51

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.....	<i>Je</i>
nis Penelitian.....	52
3.2.....	<i>O</i>
perasiona IVariabel.....	52
3.3.....	<i>S</i>
kalaPengukuran.....	58
3.4.....	<i>T</i>
ahapPenelitian.....	59

3.5	P
populasi dan Sampel	60
3.5.1	P
populasi	60
3.5.2.....	S
sampel.....	60
3.6	T
teknik Sampling	61
3.7	P
pengumpulan Data	62
3.7.1	D
data Primer	62
3.7.2.....	D
data Sekunder.....	63
3.8	U
uji Validitas dan Reliabilitas.....	63
3.8.1.....	U
uji Validitas	63
3.8.2.....	U
uji Reliabilitas	67
3.9	T
teknik Analisis Data.....	69
3.9.1	T
teknik Deskriptif.....	69
3.9.2.....	M
metode <i>Successive Interval</i> (MSI).....	72
3.9.3.....	U
uji Asumsi Klasik.....	72

3.9.4.....	R
egresi Linier Sederhana.....	73
3.9.5.....	K
orelasi.....	74
3.9.6.....	K
oefisien determinasi	75
3.9.7.....	U
ji Signifikansi-T	76

BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.....	K
arakteristik Responden.....	78
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	80
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Menonton Televisi.....	81
4.1.5 Karakteristik Responden Bedasarkan Acara Yang Paling Disukai	82
4.2.....	T
anggapan Responden	82
4.2.1 Deskriptif Variabel Stimulus Iklan Media Televisi (X).....	83
4.2.2 Deskriptif Variabel Brand Awareness (Y).....	93
4.3.....	U
ji Asumsi Klasik.....	100
4.3.1 Uji Normalitas.....	100
4.3.2 Uji Heterokedastisitas	102

4.4.	A
nalisasi Regresi	103
4.4.1 Koefisien Korelasi	103
4.4.2 Koefisien Determinasi	104
4.4.3 Regresi Linear Sederhana	104
4.5.	P
pengujian Hipotesis	106

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	K
kesimpulan	108
5.1.1 Persepsi Responden Mengenai Stimulus Iklan Media Televisi	108
5.1.2 Persepsi Responden Mengenai Brand Awareness	108
5.1.3 Pengaruh Stimulus Iklan Media Televisi Terhadap Brand Awareness	109
5.2	S
saran	110
5.2.1 Saran Bagi Pocari Sweat	110
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Iklan Pocari Sweat 2008-2013	7
Tabel 2.1	Fungsi Periklanan	20
Tabel 2.2	Tujuan Periklanan	22
Tabel 2.3	Profil Jenis-Jenis Media Utama	24
Tabel 2.4	Kekuatan Iklan Televisi	27
Tabel 2.5	Kelemahan Iklan Televisi	28
Tabel 2.6	Skripsi 1	39
Tabel 2.7	Skripsi 2	40
Tabel 2.8	Skripsi 3	41
Tabel 2.9	Skripsi 4	42
Tabel 2.10	Skripsi 5	43
Tabel 2.11	Kumpulan Artikel yang Diterbitkan dalam Jurnal Nasional	44
Tabel 2.12	Kumpulan Artikel yang Diterbitkan dalam Jurnal Internasional	46
Tabel 3.1	Tabel Operasioanl Variable	54
Tabel 3.2	Skala Pengukuran Skor Nilai	58
Tabel 3.3	Item-Total Statistics Variabel Stimuls Iklan Media Televisi	65
Tabel 3.4	Item-Total Statistics Variabel <i>Brand Awareness</i>	66
Tabel 3.5	Case Processing Summary Variabel Stimulus Iklan Media	

Televisi	67
Tabel 3.6 Reliability Statistics Variabel Stimulus Iklan Media Televisi....	68
Tabel 3.7 Case Processing Summary Variabel <i>Brand Awareness</i>	68
Tabel 3.8 Reliability Statistics Variabel Brand Awareness.....	68
Tabel 3.9 Kategori Presentasi Interpretasi Skor	71
Tabel 3.10 Koefisien Korelasi.....	75
Tabel 4.1 Persepsi Responden atas Dimensi Ukuran dan Visual	84
Tabel 4.2 Persepsi Responden atas Dimensi Efek dan Suara	85
Tabel 4.3 Persepsi Responden atas Dimensi Tokoh /Figure	87
Tabel 4.4 Persepsi Responden atas Dimensi Bahasa dalam Periklanan	88
Tabel 4.5 Persepsi Responden atas Dimensi Ilustrasi Cerita.....	89
Tabel 4.6 Persepsi Responden atas Dimensi Durasi Standar	90
Tabel 4.7 Rekapitulasi Variabel Stimulus Iklan Media Televisi.....	91
Tabel 4.8 Persepsi Responden atas Dimensi <i>Top Of Mind</i>	94
Tabel 4.9 Persepsi Responden atas Dimensi <i>Brand Recall</i>	96
Tabel 4.10 Persepsi Responden atas Dimensi <i>Brand Recognition</i>	98
Tabel 4.11 Rekapitulasi Variabel <i>Brand Awareness</i>	99
Tabel 4.12 Koefisien Korelasi.....	103
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi	104
Tabel 4.14 Koefisien Regresi dan Uji-T.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo PT. Amerta Indah Otsuka.....	1
Gambar 1.2	Logo Pocari Sweat.....	3
Gambar 1.3	Presentasi Belanja Iklan Tahun 2012	5
Gambar 1.4	<i>Story Board</i> Iklan Pocari Sweat JKT48 versi “ <i>Presentation</i> ”	11
Gambar 2.1	Elemen Dalam Proses Komunikasi	19
Gambar 2.2	Piramida <i>Brand Awareness</i>	36
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	50
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	59
Gambar 3.2	Kriteria Interpretasi Nilai	71
Gambar 4.1	Jenis Kelamin Responden.....	79
Gambar 4.2	Usia Responden	79
Gambar 4.3	Pekerjaan Responden.....	80
Gambar 4.4	Waktu Menonton Responden	81
Gambar 4.5	Acara Televisi yang Disukai Responden	82
Gambar 4.6	Garis Kontinum Stimulus Iklan Media Televisi	92
Gambar 4.7	Top Of Mind Minuman Isotonik	93
Gambar 4.8	Brand Recall Minuman Isotonik.....	95
Gambar 4.9	Brand Recognition Minuman Isotonik Pocari Sweat.....	97

Gambar 4.10	Garis Kontinum <i>Brand Awareness</i>	100
Gambar 4.11	Grafik Histogram Uji Normalitas	101
Gambar 4.12	Grafik Normal Probability <i>Plot</i> Uji Normalitas	101
Gambar 4.13	Grafik Uji <i>Scatterplot</i>	102
Gambar 4.14	Grafik Uji-T	107

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Hasil Wawancara 10 Masyarakat Bandung
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Wawancara Brand Awareness
- Lampiran 4 Top Brand Award 2012 Makanan dan Minuman
- Lampiran 5 *Metode Successive Interval*
- Lampiran 6 Tabulasi Data Variabel X dan Y