

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, karena berkat ridho dan rahmat-Nya penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pesan Iklan Addictea Melalui Media Sosial Twitter terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Bandung”** dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Komunikasi dan Bisnis jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi *Marketing Communication* Universitas Telkom.

Dalam Pelaksanaan pembuatan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, arahan/bimbingan, serta kerjasama yang baik dari berbagai pihak tidak dapat mewujudkan skripsi ini. Maka pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Mochamad Ashari, M.Eng., Ph. D selaku Rektor dan pimpinan tertinggi Telkom University
2. Bapak Ir. Husni Amani., M.Sc selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University
3. Ibu Rah Utami Nugrahani, S.sos, MBA selaku Ketua Program Studi S-1 Ilmu Komunikasi Telkom University
4. Ibu Rah Utami Nugrahani, S.sos, MBA selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, membimbing, dan memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Yang Terhormat Ibu Dini dan Pak Indra yang telah berkenan meluangkan waktu dan pikiran untuk menjadi penguji dalam sidang akhir skripsi ini
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmunya hingga penulis mampu menyelesaikan penelitian dan penyusunan Skripsi ini.
7. Ayah Zuhendry (alm), Ibu Sovia Meizar, Adit, Om Edi dan seluruh keluarga besar penulis yang sangat luar biasa yang selalu menjadi motivasi bagi penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini
8. Anggara Cipta Riyanto dan Bunda Mimmaterimakasih atas semangat dan dukungannya selama ini, sampai akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.

9. Sahabat-sahabat terhebat selama masa perkuliahan, Aprilia Dwi Eristiani, Meila Rosanty, Vida Vianda, Debby Sukma, Widayani, Morisca Ardilla, Fathia Riyanti. *You're irreplaceable!*
10. Keluarga Felicia Residence, Kak Heppy, Kak Oki, Sindy, Esty, Ririn, Dilla, Dede, Elsa, dan Vesthy yang selama 4 tahun telah menjadi keluarga, yang selalu ada, dan telah menjadi belahan jiwa penulis. Terima kasih tiada tara untuk kalian semua.
11. "Seleb Tsaah", Kak Vephe, Kak Winda, Danu, Kak Thania, Kak Giska terimakasih dukungannya susah senang dalam proses pembuatan skripsi ini.
12. Teman-teman penulis Aga, Sanjung, Adit, Boy, Afgan, Jeka, Fikry dan Harly yang selalu membantu dan memberikan semangat kepada penulis.
13. Rekan-rekan dari Ilmu Komunikasi 2010 khususnya IKOM C kalian luar biasa, terima kasih atas dukungan, semangat, dan bantuannya selama ini.
14. Rekan-Rekan seperjuangan di UKBM yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan kepada penulis.
15. Teman-teman TOS yang mengajarkan banyak pengalaman dan pelajaran berharga untuk penulis.
16. Semua pihak yang telah memberi dukungan dan bantuan, dengan tidak mengurangi rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya hingga penulisan skripsi ini bisa terselesaikan

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi pembaca. Karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman dari penulis, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk kedepannya.

Bandung, 24 September 2014

Yassirli Aulia Nisa

## DAFTAR ISI

<a href="#">DAFTAR ISI</a> .....	4
<a href="#">DAFTAR TABEL</a> .....	7
<a href="#">BAB I</a> .....	Target not found!
<a href="#">1.1 Latar Belakang</a> .....	Target not found!
<a href="#">1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah</a> .....	Target not found!
<a href="#">1.3 Tujuan Penelitian</a> .....	Target not found!
<a href="#">1.4 Manfaat Penelitian</a> .....	Target not found!
<a href="#">1.5 Tahapan Penelitian</a> .....	Target not found!
<a href="#">1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian</a> .....	Target not found!
<a href="#">BAB II</a> .....	Target not found!
<a href="#">2.1 Komunikasi</a> .....	Target not found!
<a href="#">2.1.1 Pengertian Komunikasi</a> .....	Target not found!
<a href="#">2.1.2 Komunikasi Pemasaran</a> .....	Target not found!
<a href="#">2.1.3 Karakteristik dari Komunikasi Pemasaran</a> .....	Target not found!
<a href="#">2.2 Tinjauan tentang Promosi</a> .....	Target not found!
<a href="#">2.2.1 Promosi</a> .....	Target not found!
<a href="#">2.2.2 Periklanan</a> .....	Target not found!
<a href="#">2.2.3 Tujuan Periklanan</a> .....	Target not found!
<a href="#">2.2.4 Daya Tarik Iklan</a> .....	Target not found!
<a href="#">2.2.5 Media Periklanan</a> .....	Target not found!
<a href="#">2.4 Content dan Context</a> .....	Target not found!
<a href="#">BAB III</a> .....	Target not found!
<a href="#">3.1 Paradigma Penelitian</a> .....	Target not found!
<a href="#">3.2 Metode Penelitian</a> .....	Target not found!
<a href="#">3.3 Objek Penelitian</a> .....	Target not found!
<a href="#">3.3.1 Profil Addictea (@addic_tea)</a> .....	Target not found!

3.4	<a href="#">Operasional Variabel</a>	Target not found!
3.4.1	<a href="#">Skala Pengukuran</a>	Target not found!
3.5	<a href="#">Populasi dan Sampel</a>	Target not found!
3.5.1	<a href="#">Populasi</a>	Target not found!
3.5.2	<a href="#">Sampel</a>	Target not found!
3.5.3	<a href="#">Teknik Sampling</a>	Target not found!
3.6	<a href="#">Pengumpulan Data</a>	Target not found!
3.6.1	<a href="#">Jenis Data</a>	Target not found!
3.6.2	<a href="#">Teknik Pengumpulan Data</a>	Target not found!
3.7	<a href="#">Uji Validitas dan Reabilitas</a>	Target not found!
3.7.1	<a href="#">Uji Validitas</a>	Target not found!
3.7.2	<a href="#">Uji Reliabilitas</a>	Target not found!
3.8	<a href="#">Teknik Analisis Data</a>	Target not found!
3.8.1	<a href="#">Analisis Deskriptif</a>	Target not found!
3.8.2	<a href="#">Penskalaan MSI (<i>Method of Succesive Interval</i>)</a>	Target not found!
3.8.3	<a href="#">Uji Asumsi Klasik</a>	Target not found!
3.8.4	<a href="#">Uji-t</a>	Target not found!
3.8.5	<a href="#">Analisis Regresi Sederhana</a>	Target not found!
3.8.6	<a href="#">Koefisiensi Determinasi</a>	Target not found!
BAB IV		Target not found!
4.1	<a href="#">Karakteristik Responden</a>	Target not found!
4.1.1	<a href="#">Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</a>	Target not found!
4.1.2	<a href="#">Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</a>	Target not found!
4.1.3	<a href="#">Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Konsumsi</a>	Target not found!
4.2	<a href="#">Hasil Penelitian</a>	Target not found!
4.2.1	<a href="#">Analisis Statistik Deskriptif</a>	Target not found!
4.2.2	<a href="#">Uji Asumsi Klasik</a>	Target not found!
4.2.3	<a href="#">Analisis Regresi Sederhana</a>	Target not found!

<a href="#">4.2.4</a>	<a href="#">Koefisien Determinasi (.....</a>	Target not found!
<a href="#">4.2.5</a>	<a href="#">Pengujian Hipotesis Uji-t.....</a>	Target not found!
<a href="#">BAB V</a>	<a href="#">.....</a>	Target not found!
<a href="#">5.1</a>	<a href="#">Simpulan.....</a>	Target not found!
<a href="#">5.2</a>	<a href="#">Saran.....</a>	Target not found!

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 5 PengeluaranKonsumenMudaTerencana.....	6
Tabel 1.2 KompetitorAddictea.....	11
Tabel 2.1 JurnalNasional.....	16
Tabel 2.2 JurnalInternasional .....	20
Tabel 2.3 Skripsi.....	24
Tabel 2.4 KomunikasidanHubungandenganSikap .....	28
Tabel 2.5 BauranPemasaran .....	32
Tabel 2.6 Bagianmasingmasingbauranpromosi .....	35
Tabel 3.1 OperasionalVariabel .....	52
Tabel 3.2 KategoriInterpretasiSkor .....	65
Tabel 3.3 : Hasil Uji Coba (Pre-test) Validitas Variabel PesanIklan (X) .....	62
Tabel 3.4 : Hasil Uji Coba (Pre-test) Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	63
Tabel 4.1 KarakteristikRespondenBerdasarkanJenisKelamin .....	71
Tabel 4.2 KarakteristikRespondenBerdasarkanUsia .....	72
Tabel 4.3 KarakteristikRespondenBerdasarkan Tingkat Konsumsi .....	73
Tabel 4.4 TanggapanRespondenMengenaiPesaniklan .....	74
Tabel 4.5 TanggapanRespondenMengenaiKepuasanKonsumen .....	77

Tabel 4.6 Uji Normalitas (Kolmogorov-smirnov) .....	80
Tabel 4.7 Koefisien Regresi .....	82
Tabel 4.8 Koefisien Determinansi Variabel Pesaniklan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	83
Tabel 4.9 Hasil Uji-t .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Negara penetrasi Twitter terbesar di dunia .....	2
Gambar 1.2 Perbandingan Sosial Media Facebook dan Twitter .....	3
Gambar 1.3 Negara pengguna Twitter terbanya.....	3
Gambar 1.4 Kota dengan tweets terbanyak di Dunia .....	5
Gambar 1.5 Twitter Addictea .....	9
Gambar 1.6 Varian rasa dari Addictea .....	9
Gambar 1.7 Persentase Penjualan Addictea Setiap Bulan.....	10
Gambar 1.8 Pilihan Rasa Faviorite Addictea.....	10
Gambar 1.9 Twitter Addictea .....	12
Gambar 1.10 Tahapan Penelitian .....	15
Gambar 2.1 Promotion Mix .....	34
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	48
Gambar 3.1 Pemilik Addictea .....	51
Gambar 3.2 Skala Pengukuran .....	56
Gambar 3.3 Kategori Intepretasi Skor Dalam Garis Kontinum .....	65
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	72
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Konsumsi .....	73
Gambar 4.4 Garis Kontinum Variabel pesan iklan (X) .....	77



Gambar 4.5 Gariskontinum Sub VariabelKepuasanKonsumen (Y) .....79

