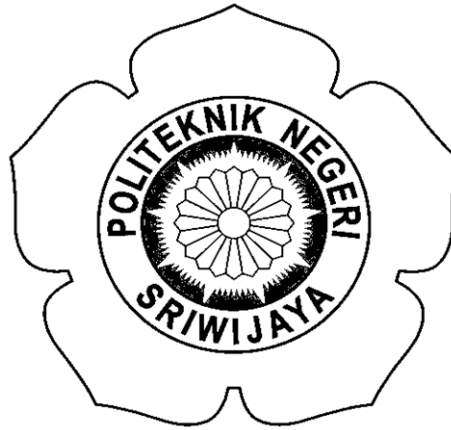


PENGARUH IKLAN MEDIA ELEKTRONIK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (STUDI KASUS PADA  
MAHASISWI DIPLOMA III JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)



LAPORAN AKHIR

Disusun Untuk Memenuhi Syarat Pembuatan Laporan Akhir Pada  
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Diploma III  
Administrasi Bisnis Politenik Negeri Sriwijaya

OLEH:

ADILA SARI  
062030601463

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PALEMBANG  
2023

**PENGARUH IKLAN MEDIA ELEKTRONIK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH (STUDI KASUS PADA  
MAHASISWI DIPLOMA III JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

**ADILA SARI  
NPM 062030601463**

**Menyetujui,**

**Palembang, 28 Agustus 2023**

**Pembimbing I,**

**Pembimbing II,**

**Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S. E., M. Ec.  
NIP 197705212006042001**

**Purwati, S. E., M. M  
NIP 196507111988032002**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Administrasi Bisnis,**

**Koordinator Program Studi  
Diploma III Administrasi Bisnis,**

**Dr. Heri Setiawan, S. E., M. AB., CPMA  
NIP 197602222002121001**

**Fetty Maretha, S. E., M. M.  
NIP 198203242008012009**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adila Sari  
NPM : 062030601463  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Iklan Media Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Diploma Iii Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak pihak yang berkepentingan.

Palembang, 28 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,

The image shows a handwritten signature in black ink over a red official stamp. The stamp is rectangular and contains the text 'METERAN TEMPEL' and a unique identification number '062030601463'. To the left of the stamp is a vertical strip of a colorful barcode or security pattern.

Adila Sari  
NPM 062030601463

## LEMBAR PENGESAHAN


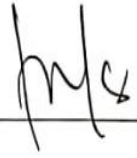

Nama : Adila Sari  
NPM : 062030601463  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis  
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Iklan Media Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Diploma Iii Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Senin

Tanggal: 28 Agustus 2023

### TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S. E., M. Ec.</u> Ketua Penguji		<u>28-08-2023</u>
2.	<u>Fetty Maretha, S. E., M. M.</u> Anggota Penguji		<u>28-08-2023</u>
3.	<u>Fernando Africano, S. E. I., M. Si.</u> Anggota Penguji		<u>28/8/2023</u>

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Allah SWT tidak akan keliru dalam menggiring manusia kedalam garis takdir terbaiknya”**

**(Adila Sari, 2023)**

**“Allah SWT tak menyegerakan sesuatu kecuali itu yang baik, dan tidak pula melambat-lambatkan sesuatu kecuali itu yang terbaik”**

**(Adila Sari, 2023)**

**Bismillah,**

**Laporan Ini Penulis  
Persembahkan Kepada:**

- **Kedua Orang Tua Tercinta**
- **Saudara Tersayang**
- **Keluarga**
- **Dosen-Dosen Yang Telah Membimbing**
- **Teman-Teman Seperjuangan**
- **Almamaterku**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Pembuatan Laporan Akhir ini merupakan salah satu tugas wajib sebagai seorang mahasiswa di Politeknik Negeri Sriwijaya untuk bisa lulus dari Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Diploma DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul Pengaruh Iklan Media Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya). Laporan ini membahas mengenai kegiatan pemasaran khususnya promosi produk kosmetik Wardah melalui iklan media elektronik yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada produk kosmetik Wardah.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca agar dapat menjadi acuan bagi penulis dimasa yang akan datang. Penulis berharap semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan kita semua.

Palembang, Juli 2023

Adila Sari

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena penulis menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan tepat pada waktunya. Dalam penelitian Laporan Akhir ini, penulis banyak sekali mendapatkan bantuan bimbingan, petunjuk, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala ketulusan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M, selaku Kordinator Program Studi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri sriwijaya.
5. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran, solusi, dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Purwati, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, solusi, dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Segenap Dosen dan Civitas Akademika Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Kedua orang tua tercinta dan Keluarga yang telah memberikan doa dan dukungan baik moril dan materil, sehingga penulis bisa menyelesaikan Laporan Akhir ini.
9. Rekan-rekan seperjuangan terutama kelas 6 NB yang saling memberikan semangat dan dukungannya selama 6 semester.

10. Teman-teman Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politkenik Negeri Sriwijaya yang telah membantu dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
11. Almamaterku tercinta, Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikianlah yang dapat penulis sampaikan, atas segala bantuan kami ucapkan terima kasih.

Palembang, Juli 2023

Adila Sari



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Iklan Media Elektronik terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik Wardah pada mahasiswi jurusan Administrasi Bisnis DIII Politeknik Negeri Sriwijaya. Metode yang digunakan pada penelitian adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan data berupa survey terhadap mahasiswi jurusan Administrasi Bisnis DIII Politeknik Negeri Sriwijaya melalui kuesioner yang dibagikan dengan sampel 100 orang responden. Data penelitian menggunakan Analisis regresi Linear Sederhana yang diolah menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22 for windows. Berdasarkan hasil hipotesis uji t variable iklan media elektronik berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini terbukti dari tingkat signifikan t lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) maka hipotesis penelitian ini menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Hipotesis yang menyatakan menerima  $H_a$  menunjukkan bahwa variable Iklan Media Elektronik secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Analisis koefisien dterminasi ( $R^2$ ) adalah 0,372 artinya perubahan keputusan pmbelian (Y) mampu diterapkan oleh perubahan variable Iklan Media Elektronik secara bersama-sama sebesar 37,1%.

**KataKunci:** *Iklan Media Elektronik dan Keputusan Pembelian*

## **ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of Electronic Media Advertising on Purchase Decision of Wardah cosmetic products for female students majoring in Business Administration DIII Sriwijaya State Polytechnic. The method used in this research is descriptive quantitative research method with data collection techniques in the form of a survey of female students majoring in Business Administration DIII Sriwijaya State Polytechnic through a questionnaire distributed to a sample of 100 respondents. The research data used Simple Linear Regression Analysis which was processed using the SPSS (Statistical Product and Service Solution) application version 22 for Windows. Based on the results of the t test hypothesis, the electronic media advertising variable has a positive effect on purchasing decisions. This is evident from the significant level t is smaller than 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ) so the research hypothesis rejects  $H_0$  and accepts  $H_a$ . The hypothesis that accepts  $H_a$  indicates that Electronic Media Advertising variables partially have a significant influence on Purchasing Decisions. Analysis of the coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.372, meaning that changes in purchasing decisions (Y) can be implemented by changes in Electronic Media Advertising variables that together amount to 37.1%.

**Keywords:** *Electronic Media Advertising and Purchasing Decisions*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH .....	vii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	9
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	9
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Metodologi Penelitian.....	11
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	11
1.5.2 Jenis dan Sumber Data .....	11
1.5.3 Metode Pengumpulan Data .....	11
1.5.4 Populasi dan Sampel .....	12
1.6 Variable Penelitian .....	14
1.7 Teknik Analisis Data .....	15
1.7.1 Analisis Data Kuantitatif.....	15
1) Uji Validitas.....	15
2) Uji Reliabilitas .....	16
3) Uji Asumsi Klasik .....	16
1.7.2 Pengajuan Hipotesis .....	18
1) Uji Parsial (Uji t).....	18
2) Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ).....	18
1.7.3 Analisis Regresi Sederhana .....	19
1.7.4 Uji Koefisien Korelasi .....	19
1.7.5 Skala Pengukuran .....	20
1.7.6 Hipotesis.....	21
1.7.7 Definisi Variabel Oprasional Penelitian .....	21

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran .....	22
---------------------	----

2.1.1	Pengertian Pemasaran .....	22
2.1.2	Bauran Pemasaran (Marketing Mix) .....	22
2.2	Promosi .....	24
2.2.1	Pengertian Promosi .....	24
2.2.2	Bauran Promosi .....	24
2.3	Iklan Media Elektronik .....	26
2.3.1	Pengertian Iklan .....	26
2.3.2	Tujuan dan Fungsi Periklanan .....	27
2.3.3	Langkah-Langkah Dalam Menentukan Keputusan Iklan .....	28
2.3.4	Pengertian Media Elektronik .....	29
2.3.5	Iklan Media Elektronik .....	29
2.3.6	Indikator Iklan .....	30
2.4	Keputusan Pembelian .....	31
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian .....	31
2.4.2	Indikator Keputusan Pembelian .....	31

### **BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1	Profil Sejarah Perusahaan PT. Pragon Tehnology and Innovation	33
3.2	Visi dan Misi PT. Paragon Tehnology and Innovation .....	34
3.2.1	Visi PT Paagon Tehnology and Innovation .....	34
3.2.2	Misi PT Paragon Tehnology and Innovation .....	34
3.3	Struktur Organisasi .....	35
3.3.1	Departemen dalam PT Paragon Tehnology Innovation .....	36
3.3.2	Struktur Organisasi <i>Distribution Center</i> Palembang .....	38
3.4	Brand Wardah .....	40
3.5	Produk dan Layanan .....	41
3.5.1	Produk .....	41
3.5.2	Layanan .....	43
3.6	Strategi Pemasaran Wardah .....	44
3.7	Identitas Responden .....	46

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Deskripsi Variabel Penelitian .....	49
4.1.1	Persepsi Responden Mengenai Variabel Iklan Media Elektronik .....	49
4.1.2	Persepsi Responden mengenai Keputusan Pembelian .....	54
4.2	Analisis Data .....	58
4.2.1	Uji Validitas, Uji Reabilitas dan Uji Asumsi Klasik .....	58
	1) Uji Validitas .....	58
	2) Uji Reliabilitas .....	60
	3) Uji Asumsi Klasik .....	60
4.2.2	Uji Koefisien Korelasi .....	65
4.2.3	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	65
4.3	Uji Parsial (Uji t) .....	67
4.4	Uji Koefisien Determinasi Rsquare .....	68
4.5	Pembahasan Pengaruh Iklan Media Elektronik Terhadap	

Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswi Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya) .....	69
--	----

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	72
5.2 Saran .....	73

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
-----------------------------	-----------

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Mahasiswi Administrasi Bisnis yang pernah melakukan pembelian pada produk kosmetik Wardah .....	13
Tabel 1.2	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	20
Tabel 1.3	Skala Pengukuran Data .....	20
Tabel 1.4	Definisi Operasional .....	21
Tabel 2.1	Jenis-Jenis Iklan Media Elektronik .....	30
Tabel 3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....	47
Tabel 3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	47
Tabel 3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	48
Tabel 4.1	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 1 (X) .....	50
Tabel 4.2	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 2 (X) .....	50
Tabel 4.3	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 3 (X) .....	51
Tabel 4.4	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 4 (X) .....	51
Tabel 4.5	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 5 (X) .....	52
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 6 (X) .....	52
Tabel 4.7	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 7 (X) .....	53
Tabel 4.8	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 8 (X) .....	53
Tabel 4.9	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 9 (X) .....	54
Tabel 4.10	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 1 (Y) .....	55
Tabel 4.11	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 2 (Y) .....	55
Tabel 4.12	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 3 (Y) .....	56
Tabel 4.13	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 4 (Y) .....	56
Tabel 4.14	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 5 (Y) .....	57
Tabel 4.15	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 6 (Y) .....	57
Tabel 4.16	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 7 (Y) .....	58
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas Iklan Media Elektronik (X) .....	59
Tabel 4.18	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	59
Tabel 4.19	Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.20	Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.21	Hasil Uji Autokorelasi.....	63
Tabel 4.22	Hasil Uji Linearitas .....	64
Tabel 4.23	Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	65
Tabel 4.24	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	66
Tabel 4.25	Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	67
Tabel 4.26	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Belanja Ikan 2022 .....	2
Gambar 1.2	Data Statestik Daftar Media Sosial Jangkauan Iklan .....	3
Gambar 1.3	Data Statistik Produk Paling Banyak di Beli .....	4
Gambar 1.4	Data statistik Brand Makeup Lokal Terlaris .....	5
Gambar 1.5	Makeup Lokal Terlaris pada Mahaiswi Politeknik .....	7
Gambar 1.6	Jenis Kosmetik Favorit .....	8
Gambar 3.1	Logo PT Paragon Tehnology and Innovation .....	33
Gambar 3.2	Struktur Organisasi PT Paragon Tehnology and Innovation .....	35
Gambar 3.3	Bagan Distribution Center Palembang .....	37
Gambar 3.4	Struktur Organisasi Distribution Center Palembang .....	38
Gambar 3.5	Logo Wardah .....	40
Gambar 3.6	Lip Series .....	41
Gambar 3.7	Eye Series .....	41
Gambar 3.8	Bedak .....	42
Gambar 3.9	Foundetion .....	42
Gambar 3.10	BB Cream Krim .....	43
Gambar 3.11	Skincare Wardah .....	43
Gambar 4.1	Grafik Uji Normalitas.....	62
Gambar 4.2	Grafik Hasil Pengujian Heterokedastisitas .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Balasan Perusahaan
- Lampiran 3 Lembar Kesepakatan Bimbingan
- Lampiran 4 Lembar Konsultasi Bimbingan
- Lampiran 5 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 6 Tabel Data Populasi Mahasiswi Pernah Membeli Produk Kosmetik Wardah
- Lampiran 7 Kuesioner Pra Survey
- Lampiran 8 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 9 Tabulasi Data
- Lampiran 10 Profil Responden
- Lampiran 11 Penilaian Responden
- Lampiran 12 Hasil Pengujian Validitas Terhadap Variabel X
- Lampiran 13 Hasil Pengujian Validitas Terhadap Variabel Y
- Lampiran 14 Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Variabel X
- Lampiran 15 Hasil Pengujian Reliabilitas Terhadap Variabel Y
- Lampiran 16 Hasil Pengujian Koefisien Korelasi, Determinasi dan Parsial (Uji t)
- Lampiran 17 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 18 Hasil Uji Heterokedastisitas
- Lampiran 19 Hasil Uji Autokorelasi
- Lampiran 20 Hasil Uji Linearitas
- Lampiran 21 Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 22 Tanda Persetujuan Revisi