

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



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi  
Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:**

**GITA PERMATA SARI**

**NPM 061830601013**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
PALEMBANG  
2021**

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



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:**

**GITA PERMATA SARI  
NPM 061830601013**

**Menyetujui,**

**Pembimbing I**



**Rini, S.E., MAB.  
NIP 196012281990032001**

**Palembang, Juli 2021  
Pembimbing II**

**Gst. Ayu Oka Windarti, S.E., MM.  
NIP.196309191990032002**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**Heri Setiawan, S.E., MAB.  
NIP 19760222002121001**

	<b>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN</b>	
	<b>POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA</b> Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139 Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918 Website : <a href="http://www.polisriwijaya.ac.id">www.polisriwijaya.ac.id</a> E-mail : <a href="mailto:info@polsri.ac.id">info@polsri.ac.id</a>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>		

Yang bertanda tangan dibawah ini:

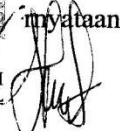
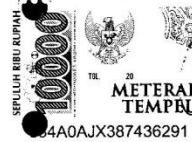
Nama : Gita Permata Sari  
NPM : 061830601013  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis DIII  
Mata Kuliah : Pemasaran  
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Iklan Media Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan ini saya buat dngan 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 Orang 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, Juli 2021

  
Meyataan,  


(GITA PERMATA SARI)

## LEMBAR PENGESAHAN




**Nama** : Gita Permata Sari  
**NPM** : 061830601013  
**Jurusan/Program Studi** : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis DIII  
**Mata Kuliah** : Pemasaran  
**Judul Laporan Akhir** : Pengaruh Iklan Media Elektronik Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

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

Pada hari:

Tanggal:

### TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Rini, S.E.,MAB.</u> Ketua	 _____	06/08-21 _____
2.	<u>Dr. Paisal, S.E., M.Si</u> Anggota	 _____	05/08-21 _____
3.	<u>Ummasyroh, S.E., M.Ed.M</u> Anggota	 _____	09/08-21 _____

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

***“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”***

***(Q.S Al Baqarah: 286)***

***“Kamu adalah satu-satunya orang yang dapat mencapai mimpimu sendiri”***

***(Kim Doyoung NCT)***

***Bismillah,***

***Laporan Ini Penulis***

***Persembahkan Kepada:***

- ***Kedua Orang Tua Yang Tercinta***
- ***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 III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

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

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, 17 Juli 2021



(Gita Permata Sari)

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan, 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 Heri Setiawan, S.E., M.AB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, SE., M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M selaku Kaprodi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Rini, S.E.,M.AB selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran, solusi, dan petunjuk bagi penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Gst. Ayu Oka Windarti, SE., MM selaku Pembimbing II yang juga 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 ND yang saling memberikan semangat dan dukungan.
10. Teman-teman Jurusan DIII Administrasi Bisnis Politeknik Sriwijaya yang telah membantu dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
11. Almamaterku tercinta, Politeknik Negeri Sriwijaya.

12. *Last but not least, I wanna thank me. For believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

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

Palembang, 27 Juli 2021



Gita Permata Sari



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Iklan Media Elektronik terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik Emina pada mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis DIII Politeknik Negeri Sriwijaya. Metode yang digunakan pada penelitian adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan data berupa survei terhadap mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis DIII Politeknik Negeri Sriwijaya melalui kuesioner yang dibagikan dengan sampel 95 orang responden. Data penelitian menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana yang diolah menggunakan aplikasi SPSS 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 variabel iklan media elektronik secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,251 artinya perubahan keputusan pembelian (Y) mampu diterapkan oleh perubahan variabel iklan media elektronik secara bersama-sama sebesar 25,1%.

**Kata Kunci:** *Iklan Media Elektronik dan Keputusan Pembelian*

## ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Electronic Media Advertising on the Purchase Decision of Emina cosmetic products on 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 students majoring in Business Administration DIII Sriwijaya State Polytechnic through a questionnaire distributed to a sample of 95 respondents. The research data uses Simple Linear Regression Analysis which is processed using the SPSS version 22 application for windows. Based on the results of the t-test hypothesis, electronic media advertising variables have a positive effect on purchasing decisions. This is evident from the significant level of t less than 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), the hypothesis of this study rejects  $H_0$  and accepts  $H_a$ . The hypothesis that states accept  $H_a$  indicates that the electronic media advertising variable partially has a significant influence on purchasing decisions. The coefficient of determination analysis ( $R^2$ ) is 0.251, meaning that changes in purchasing decisions (Y) can be applied by changes in electronic media advertising variables together of 25.1%.

**Keywords:** *Electronic media advertising and purchasing decisions*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Metodologi Penelitian.....	6
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian .....	6
1.5.2 Jenis dan Sumber Data .....	6
1.5.3 Metode Pengumpulan Data .....	7
1.5.4 Populasi dan Sampel.....	8
1.6 Variabel Penelitian .....	10
1.7 Teknik Analisis Data .....	11
1.7.1 Analisis Data Kuantitatif.....	11

1.7.1.1 Uji Validitas .....	11
1.7.1.2 Uji Realibilitas .....	11
1.7.2 Pengujian Hipotesis .....	12
1.7.2.1 Uji Parsial (Uji t).....	12
1.7.2.2 Uji Koefisien Determinasi (Uji <b>R<sup>2</sup></b> ) .....	12
1.7.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	13
1.7.4 Uji Koefisien Korelasi .....	14
1.7.5 Skala Pengukuran .....	15
1.7.6 Hipotesis .....	15

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Pemasaran .....	17
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	17
2.1.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix) .....	18
2.2 Promosi.....	20
2.2.1 Pengertian Promosi.....	20
2.2.2 Bauran promosi .....	20
2.3 Iklan Media Elektronik.....	22
2.3.1 Pengertian Iklan.....	22
2.3.2 Tujuan dan Fungsi Periklanan .....	23
2.3.3 Langkah-Langkah Dalam Menentukan Keputusan Iklan.....	24
2.3.4 Pengertian Media Elektronik.....	25
2.3.5. Iklan Media Elektronik.....	25
2.3.6 Indikator Iklan Media Elektronik .....	26
2.4 Keputusan Pembelian .....	28
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	28
2.4.2 Model Rangsangan Tanggapan Keputusan Pembelian .....	28
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	29

## **BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN**

3.1 Profil Perusahaan PT. Paragon Technology and Innovation.....	32
--	----

3.2	Visi dan Misi PT. Paragon Technology and Innovation .....	33
3.3	Struktur Organisasi .....	34
3.3.1	Departemen PT Paragon Technology and Innovation.....	34
3.3.2	Struktur Organisasi <i>Distribution Centre</i> Palembang.....	35
3.4	Brand Emina .....	38
3.5	Produk dan Layanan .....	39
3.6	Strategi Pemasaran Emina .....	42
3.7	Identitas Responden.....	44

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

4.1	Deskripsi Variabel Penelitian .....	47
4.1.1	Persepsi Responden Mengenai Variabel Iklan Media Elektronik .....	47
4.1.2	Analisis Deskriptif Tentang Iklan Media Elektronik .....	53
4.1.3	Persepsi Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	54
4.1.4	Analisis Deskriptif Tentang Keputusan Pembelian.....	58
4.2.	Hasil Analisis Data .....	60
4.2.1	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	60
4.2.2	Uji Koefisien Korelasi .....	62
4.2.3	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	63
4.2.4	Uji Hipotesis .....	64
4.2.5	Uji Determinasi Rsquare .....	66
4.3	Pembahasan .....	66

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	69
5.2	Saran .....	70

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
-----------------------------	-----------

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Mahasiswa Adm Bisnis DIII yang pernah melakukan pembelian produk kosmetik Emina .....	9
Tabel 1.2	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	14
Tabel 1.3	Skala Pengukuran Data .....	15
Tabel 1.4	Definisi Operasional.....	16
Tabel 2.1	Jenis-Jenis Iklan Media Elektronik .....	26
Tabel 3.1	Beberapa Contoh Produk Kosmetik Emina .....	40
Tabel 3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	45
Tabel 3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	46
Tabel 4.1	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 1 (X).....	48
Tabel 4.2	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 2 (X).....	48
Tabel 4.3	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 3 (X).....	49
Tabel 4.4	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 4 (X).....	49
Tabel 4.5	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 5 (X).....	50
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 6 (X).....	50
Tabel 4.7	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 7 (X).....	51
Tabel 4.8	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 8 (X).....	51
Tabel 4.9	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 9 (X).....	52
Tabel 4.10	Rentang Skala TCR.....	53
Tabel 4.11	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 1 (Y).....	53
Tabel 4.12	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 2 (Y).....	54
Tabel 4.13	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 3 (Y).....	54
Tabel 4.14	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 4 (Y).....	55
Tabel 4.15	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 5 (Y).....	56
Tabel 4.16	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 6 (Y).....	56
Tabel 4.17	Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan 7 (Y).....	57
Tabel 4.18	Rentang Skala TCR.....	58

Tabel 4.19 Rekapitulasi Tingkat Capaian Responden Iklan Media Elektronik dan Keputusan Pembelian .....	58
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan Media Elektronik (X) .....	59
Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	59
Tabel 4.22 Hasil Uji Realibilitas .....	60
Tabel 4.23 Tabel Koefisien Korelasi Antara Variabel X dan Y .....	61
Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Variabel X dan Y.....	62
Tabel 4.25 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	63
Tabel 4.26 Tabel Koefisien Korelasi.....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Belanja Iklan 2020.....	2
Gambar 1.2	Hasil Google Trends Kosmetik Lokal 2020.....	3
Gambar 1.3	Kerangka Berfikir.....	11
Gambar 2.1	Rincian Bauran Pemasaran.....	19
Gambar 2.2	Komunikasi Pemasaran Terintegrasi.....	21
Gambar 2.3	Model Rangsangan Tanggapan Keputusan Pembelian .....	29
Gambar 2.4	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	30
Gambar 3.1	Logo PT Paragon Technology and Innovation.....	32
Gambar 3.2	Bagan Distribution Center Paragon.....	35
Gambar 3.3	Struktur Organisasi Distribution Centre Palembang .....	36
Gambar 3.4	Logo Emina .....	38



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Lembar Tanda Persetujuan Proposal Laporan Akhir
- Lampiran 2 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir
- Lampiran 3 Lembar Bimbingan Laporan Akhir
- Lampiran 4 Lembar Persetujuan Laporan Akhir
- Lampiran 5 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 6 Lembar Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 7 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 8 Hasil data SPSS Penelitian