

**PENGARUH IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO PANTENE
(STUDI KASUS MAHASISWI D3 JURUSAN MANAJEMEN INFORMATIKA
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



LAPORAN AKHIR

**Laporan ini Disusun untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi
Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

Dzaalikh Putri

0616 3060 0438

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2019**

**PENGARUH IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHAMPO PANTENE
(STUDI KASUS MAHASISWI D3 JURUSAN MANAJEMEN INFORMATIKA
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



**Laporan ini Disusun untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi
Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

**Dzaalikhah Putri
0616 3060 0438**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Ummasyroh, S.E., M.Ed. M
NIP 196106051989032002**

Pembimbing II,

**Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M.
NIP 197504212001122001**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

**Dr. A Jalaluddin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M
NIP 196008061989101001**

	KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI	
	POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139 Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918 Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id	
LEMBAR PERNYATAAN		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dzaalikh Putri
NIM : 061630600438
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Pantene (Studi Kasus Mahasiswi Diploma 3 Jurusan Manajemen Informatika 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 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, 26 Juni 2019

Yang membuat pernyataan,



Dzaalikh Putri

NPM 061630600438



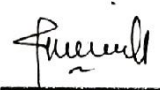

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Dzaalikh Putri
NPM : 061630600438
Jurusan/Program Studi: Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian
Shampo Pantene (Studi Kasus Mahasiswi D3
Jurusan Manajemen Informatika Politeknik Negeri
Sriwijaya)

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

Pada Hari: Jumat
Tanggal: 2 Agustus 2019

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Ummasyroh, S.E., M.Ed. M.</u> Ketua		19/8 2019
2.	<u>Lisnini, S.E., M.Si.</u> Anggota		7/8 2019
3.	<u>Dr. Neneng Miskiyah, S.E., M.Si.</u> Anggota		15 Agustus 2019
4.	<u>Yulia Perbrianti, S.E.I., M.Si.</u> Anggota		20/8 2019

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Semua Orang Tidak Perlu Menjadi Malu karena Pernah Berbuat Kesalahan, Selama Ia Menjadi Lebih Bijaksana daripada sebelumnya”

(Alexander Pope)

PERSEMBAHAN

- **Ayah dan Ibu**
- **Saudara dan Keluargaku**
- **Dosen Pembimbing**
- **CIMUDE**
- **Teman Seperjuangan**
- **Almamaterku**

ABSTRAK

Laporan akhir ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian sampo Pantene. Adapun target populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswi Diploma 3 Jurusan Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 70 orang responden yang menggunakan sampo Pantene. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Analisis Korelasi yang bertujuan untuk mengetahui hubungan iklan terhadap keputusan pembelian sampo Pantene pada Mahasiswi Diploma 3 Jurusan Manajemen Informatika. Peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) 16 for windows untuk menguji data yang telah diperoleh. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa iklan memiliki hubungan positif dan keeratan hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian sampo Pantene pada Mahasiswi Diploma 3 Jurusan Manajemen Informatika.

Kata kunci: Iklan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The aim of this final report is knowing about the influence of advertising on Pantene shampoo purchasing decision. The targeting population in this research is Third Diploma Student of Information Management Major in State Polytechnic of Sriwijaya. The data collection by distributing questionnaires to seventy respondent that using Pantene shampoo. The method used in this research is correlation analysis which aim to determine the relationship between advertising and purchasing decision for Pantene shampoo of Third Diploma Student of Information Management Major. The researcher uses SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 16 for windows application to verify the data that has been obtained from the result of this research. The result was obtained that advertising has positive and strong relationship with purchase decision Pantene shampoo of Third Diploma Student of Information Management.

Keyword: Advertising, Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu wa ta'ala karena berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir yang berjudul **“Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Pantene (Studi Kasus Mahasiswi Diploma 3 Jurusan Manajemen Informatika Politeknik Negeri Sriwijaya)”**.

Laporan akhir ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian sampo Pantene pada Mahasiswi Diploma 3 Jurusan Manajemen Politeknik Negeri Sriwijaya. Peneliti menggunakan rumus *slovin* sebanyak 70 responden sebagai sampel penelitian dengan teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive* sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas dan uji korelasi. Pengujian dilakukan menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) 16 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel iklan menunjukkan memiliki hubungan positif dan kuat terhadap variabel keputusan pembelian sampo Pantene pada Mahasiswi Diploma 3 Jurusan Manajemen Informatika.

Dalam penulisan laporan akhir ini penulis banyak mendapatkan bantuan baik secara moril maupun materi, bimbingan, saran dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa laporan akhir ini jauh dari kesempurnaan sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak pembaca Laporan Akhir ini yang bersifat membangun guna menuju ke arah lebih baik di masa mendatang. Penulis berharap semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Juni 2019
Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji bagi Allah Subhanahu wa ta'ala karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa penulisan laporan akhir ini tidak dapat berjalan dengan baik dan lancar tanpa bantuan, bimbingan, dukungan dan doa dari berbagai pihak hingga menyelesaikan laporan ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, S.T., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Ibu Ummasyroh, S.E., M.Ed. M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu, membimbing dan selalu memberikan motivasi untuk menyelesaikan laporan akhir ini.
5. Ibu Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu, membimbing dan selalu memberikan motivasi untuk menyelesaikan laporan akhir ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
7. Kedua orang tua tercinta saya Guperlan dan Novisa Armawati yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat, baik materil maupun spiritual.
8. Saudara tercinta saya, Daffa Putra Noer Akbar yang selalu memberikan semangat serta doa.
9. Teman-teman kelas 6 NA yang telah banyak memberikan semangat dan bantuan saran.
10. Sahabat "Cimude" yang selalu memberi motivasi serta dukungan yang sangat berarti.

11. Sahabat “Squad” yang selalu memberi motivasi serta dukungan yang sangat berarti.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan laporan ini.

Akhir kata semoga Allah Subhanahu wa ta'ala melimpahkan berkah dan rahmat-Nya atas segala kebaikan dalam membantu penyelesaian laporan akhir ini dan semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Aamiin.

Palembang, Juni 2019
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

DAFTAR LAMPIRAN	xvi
------------------------------	------------

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan	7
1.4.1 Tujuan Penulisan.....	7
1.4.2 Manfaat Penulisan.....	7
1.5 Metode Penelitian	7
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	8
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	8
1.5.4 Populasi dan Sampel	9
1.5.5 Operasional Variabel.....	11
1.5.6 Analisis Data	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Bauran Pemasaran.....	15
2.2 Periklanan.....	15
2.2.1 Tujuan Periklanan	16
2.2.2 Media Periklanan	16
2.2.3 Jenis-Jenis Iklan	17
2.2.4 Indikator	19
2.3 Perilaku Konsumen	20

2.4 Keputusan Pembelian.....	20
2.5 Kerangka Pemikiran.....	21
2.6 Hipotesis.....	22

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	23
3.2 Visi, Misi <i>Procter & Gamble</i>	25
3.2.1 Visi <i>Procter & Gamble</i>	25
3.2.2 Misi <i>Procter & Gamble</i>	25
3.3 Logo Perusahaan	26
3.4 Profil Produk Penelitian	26
3.5 Ukuran Sampo Pantene	28
3.6 Profil Responden.....	28
3.6.1 Kriteria Responden Berdasarkan Umur.....	28
3.6.2 Kriteria Responden Berdasarkan Semester	29
3.6.3 Kriteria Responden Berdasarkan Frekuensi Melihat Tayangan Iklan	30
3.6.4 Kriteria Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Sampo Pantene.....	30
3.7 Rekapitulasi Jawaban Responden	31

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Tanggapan Responden	35
4.1.1 Iklan	35

4.1.2 Keputusan Pembelian	47
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	65
4.2.1 Hasil Uji Validitas	65
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	68
4.3 Analisis Korelasi	69
4.4 Pembahasan.....	70
4.4.1 Analisis Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sampo Pantene.....	70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

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

DAFTAR PUSTAKA	75
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Belaja Iklan Tahun 2016	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	21
Gambar 3.1 Logo Perusahaan <i>Procter & Gamble</i>	26
Gambar 4.1 Persentase Jawaban Responden tentang Iklan Shampo Pantene Membujuk Saya untuk Membeli Produk Tersebut.....	36
Gambar 4.2 Persentase Jawaban Responden tentang Iklan Shampo Pantene Memberikan Informasi Yang Jelas Kepada Saya.....	37
Gambar 4.3 Presentase Jawaban Responden tentang Iklan Shampo Pantene Meningatkan Saya Mengenai Produk Terbaru.....	39
Gambar 4.4 Presentase Jawaban Responden tentang Iklan Shampo Pantene Menarik Perhatian.....	40
Gambar 4.5 Persentase Jawaban Responden tentang Daya Tarik Pesan Iklan Shampo Pantene yang Membangkitkan Keinginan Penggunaan Produk.....	41
Gambar 4.6 Persentase Jawaban Responden tentang Pesan Shampo Pantene Membuat Saya Melakukan Tindakan Menginginkan Produk Tersebut	42
Gambar 4.7 Persentase Jawaban Responden tentang Iklan Shampo Pantene di Televisi Membuat Saya Ingin Mencoba Produknya	44
Gambar 4.8 Persentase Jawaban Responden tentang Gaya Bahasa Iklan Shampo Pantene pada Media Televisi Menarik Perhatian Saya	45
Gambar 4.9 Persentase Jawaban Responden tentang <i>Brand Ambassador</i> Dalam Iklan Shampo Pantene Mempengaruhi Saya	46
Gambar 4.10 Persentase Jawaban Responden tentang Pemilihan Shampo Pantene karena Menyediakan Kebutuhan untuk Perawatan Rambut yang Sesuai pada Saya	48
Gambar 4.11 Persentase Jawaban Responden tentang Pemilihan Shampo Pantene Untuk Menjaga Kebersihan Rambut.....	49

Gambar 4.12	Persentase Jawaban Responden tentang Produk dan Harga Shampo Pantene Sesuai Daya Beli Saya	50
Gambar 4.13	Persentase Jawaban Responden tentang Informasi Shampo Pantene Diperoleh dari Iklan Televisi	51
Gambar 4.14	Persentase Jawaban Responden tentang Lingkungan Merekomendasikan Shampo Pantene Pada Saya	52
Gambar 4.15	Persentase Jawaban Responden tentang Informasi Digunakan sebagai Pertimbangan Untuk Memilih Shampo Pantene	53
Gambar 4.16	Persentase Jawaban Responden tentang Kegiatan Evaluasi yang Dilakukan Saya Terhadap Berbagai Merek Shampo.....	55
Gambar 4.17	Persentase Jawaban Responden tentang Manfaat dari Solusi yang Diberikan oleh Shampo Pantene pada Saya	56
Gambar 4.18	Persentase Jawaban Responden tentang Shampo Pantene Menjadi Pilihan Alternatif yang Dipilih.....	57
Gambar 4.19	Persentase Jawaban Responden tentang Penggunaan Shampo Pantene oleh <i>Brand Ambassador</i>	58
Gambar 4.20	Persentase Jawaban Responden tentang Keyakinan pada Keputusan Pembelian Shampo Pantene yang Sesuai Kondisi Rambut Saya	59
Gambar 4.21	Persentase Jawaban Responden tentang Kerabat Saya telah Menggunakan Shampo Pantene.....	60
Gambar 4.22	Persentase Jawaban Responden tentang Kepuasan setelah Pembelian Shampo Pantene.....	62
Gambar 4.23	Persentase Jawaban Responden tentang Saya akan Melakukan Pembelian Ulang terhadap Shampo Pantene	63
Gambar 4.24	Persentase Jawaban Responden tentang Saya akan Merekomendasikan Shampo Pantene ke Orang Lain.....	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Pra Survei	4
Tabel 1.2 Hasil Top Brand Kategori Shampo 2017	5
Tabel 1.3 Data Penjualan Shampo Pantene Tahun 2012 - 2016	6
Tabel 1.4 Jumlah Mahasiswi D3 Jurusan Manajemen Informatika Tahun 2016-2018.....	9
Tabel 1.5 Perhitungan Jumlah Sampel.....	11
Tabel 1.6 Operasional Variabel.....	11
Tabel 1.7 Skala Likert	12
Tabel 1.8 Intepretasi Koefisien Korelasi.....	13
Tabel 2.1 Jenis Media Iklan	17
Tabel 3.1 Data Responden Berdasarkan Umur	28
Tabel 3.2 Data Responden Berdasarkan Semester Kuliah	29
Tabel 3.3 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Melihat Tayangan Iklan	30
Tabel 3.4 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Shampo Pantene	31
Tabel 3.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Shampo Pantene	32
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Iklan	65
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.4 Hasil Analisis Korelasi.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 2 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 3 Lembar Kesepakatan Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 4 Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing I
- Lampiran 5 Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing II
- Lampiran 6 Surat Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 7 Lembar Revisi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 8 Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir
- Lampiran 9 Kuisisioner
- Lampiran 10 Hasil Perhitungan Kriteria Responden
- Lampiran 11 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 12 Hasil Uji Korelasi Menggunakan SPSS versi 16.0 *for windows*