

LAPORAN AKHIR

**PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MARGARINE MEREK BLUE BAND
(Studi Kasus Di Rt 28 Kalidoni Palembang)**



**Dibuat untuk memenuhi Syarat
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

Putri Wijayantiwi

0611 3060 1213

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2014**

**PENGARUH MEDIA IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MARGARINE MEREK BLUE BAND
(STUDI KASUS DI RT 28 KALIDONI PALEMBANG)**



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

**Oleh:
PUTRI WIJAYANTIWI
0611 3060 1213**

Menyetujui:

Pembimbing I,

**Rini, S.E., M.A.B.
NIP 196012281990032002**

**Palembang, Juli 2014
Pembimbing II,**

**Markoni, S.E., M.B.A.
NIP 196125031989031001**

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**Hendra Sastrawinata, S.E., M.M.
NIP 197208182003121002**



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Wijayantiwi
NIM : 061130601213
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Media Iklan Terhadap Keputusan
Pembelian Margarine Merek Blue Band
(Studi Kasus Di Rt 28 Kalidoni Palembang)

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 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, Juli 2014
Yang membuat pernyataan



Putri Wijayantiwi
NIM 061130601213

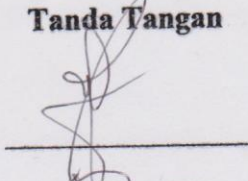
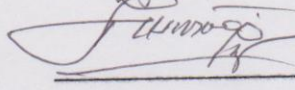

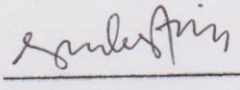
LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Putri Wijayantiwi
NIM : 061130601213
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Media Iklan Terhadap Keputusan
Pembelian Margarine Merek Blue Band
(Studi Kasus Di Rt 28 Kalidoni Palembang)

Telah Dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari Rabu
Tanggal 16 Juli 2014

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Rini, S.E., MAB.</u> Ketua		<u>12 Agustus 2014</u>
2.	<u>Jusmawi Bustan, S.E., M.Si</u> Anggota		<u>12-8-2014</u>
3.	<u>Hadi Jauhari, S.E., M.Si.</u> Anggota		<u>12 Agustus 2014</u>
4.	<u>Sari Lestari, S.E., M.Ec.</u> Anggota		<u>12 Agustus 2014</u>

Motto:

**“Cukup hanya Allah SWT sebagai penolong kami, dan Dia adalah
sebaik-baiknya Pelindung”**

(QS. Ali Imran: 173)

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

(Q.S. AL-Baqoroh: 286)

Ku persembahkan kepada:

***Ayahhanda Nugroho Wibawanto dan
Ibunda Muhana tercinta***

***Saudariku Ayyu, Nurida, Rara, Kiki
tersayang***

Dosen Pembimbingku

Teman-teman kelas 6 ANB

Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Akhir ini dengan judul **“Pengaruh Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Margarine Merek Blue Band Di Rt 28 Kalidoni”**. Adapun laporan ini ditujukan untuk memenuhi tugas akhir sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.

Permasalahan yang dibahas pada penelitian ini adalah apakah variabel media iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian margarine merk Blue Band. Dengan maksud dan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media iklan dan variabel media iklan yang memiliki dominan terhadap keputusan pembelian margarine merk Blue Band di Rt 28 Kalidoni.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode kuesioner yang penulis bagikan kepada 50 responden. Data yang didapatkan dari kuesioner tersebut kemudian diolah menggunakan bantuan program *SPSS*.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran maupun kritik dari para pembaca. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan pemikiran bagi perkembangan pengetahuan bagi kita semua. Amin.

Palembang, Juli 2014

Penulis,

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses penulisan Laporan Akhir ini, penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, semangat dan saran dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak RD. Kusumanto, S.T., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Hendra Sastrawinata, S.E., MAB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Bapak Heri Setiawan, S.E., MAB, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Ibu Rini, S.E., MAB., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan kepada penulis.
5. Bapak Markoni, S.E., .MBA., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan kepada penulis.
6. Ibu Esya Alhadi, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik atas bantuan dan waktunya dalam memperlancar proses penyelesaian Laporan Akhir.
7. Masyarakat RT 28 Kalidoni Palembang selaku responden dalam penelitian ini.
8. Kedua orang tuaku, yang selalu memberikan limpahan kasih sayang, semangat serta dukungan baik berupa materil dan spiritual kepada penulis.
9. Saudari-saudariku, Ning, Jeng, Yunda, kiki yang selalu memberikan semangat dan nasihat kepada penulis dalam penyelesaian Laporan Akhir ini.
10. Teman-teman seperjuangan ku Dina Olensia, Ica Agustiani, Isma Agustina, Retna Agustini, Sely Oktavia, Tia Ariska Anggeraeni, yang selalu ada dalam keadaan sedih maupun senang.
11. Teman-teman seperjuangan di kelas 6ANB yang telah memberikan semangat, kebersamaan serta kekompakan di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik

Negeri Sriwijaya, dan orang terkasih yang tak henti-hentinya memberi dorongan dan semangat dalam menyelesaikan laporan akhir ini.

12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu,

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih atas semangat dan bantuan dari kalian semua. Penulis memohon ampunan kepada Allah SWT dan memohon maaf kepada semua pihak apabila terdapat kekeliruan dan kesalahan dalam membuat laporang Akhir ini.

Palembang, Juli 2014

Penulis,

ABSTRACT

The final report writer about The influence of advertising media to purchase decisions Blue Band Margarine in RT 28 Kalidoni including print media, electronic media, and outdoor media. The writer like to know where the most significant variable had influence to consumer purchasing decision. The sample of this study of 50 correspondent of people in RT 28 Kalidoni that has been consumed Blue Band Margarine and taken by incidental sampling technique. The instrument was measuring by using interviews and questionnaires. The result of 50 respondents were processed using the Statistical Product and Service Solution that brochures, newspapers, television and banners simultaneously significantly influence purchasing decisions Blue Band Margarine with the coefficient of determination 28,7 percent and 71,3 percent while the rest is influenced by other factors. Based on the explanation above we can see that the media advertising brochures, newspapers, television, and banners have no influence on purchase decisions blue band margarine brand in RT 28 Kalidoni due to significant levels significantly greater than a predetermined degree of 0.05 . Therefore PT Unilever Tbk need to pay attention to the advertising media used for example for brochures advertising medium was added back benefits-benefits, or nutrient content of the blue band margarine to remind consumers about the advantages of blue band margarine.

Keywords: Advertising, margarine, purchasing.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.4.1 Tujuan Penulisan.....	3
1.4.2 Manfaat Penulisan	4
1.5 Metodologi Penelitian	4
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	4
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	4
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	5
1.5.4 Populasi dan Sampel	6
1.5.5 Analisis Data	7
1.6 Sistematika Penulisan	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Bauran Pemasaran	12
2.2 Pengertian Promosi	13
2.3 Tujuan Promosi	13

2.4 Pengertian Bauran Promosi	14
2.5 Periklanan	14
2.6 Jenis–Jenis Periklanan	15
2.7 Fungsi Iklan	19
2.8 Perilaku Konsumen	20
2.9 Keputusan Pembelian	20
2.10 Proses Keputusan Pembelian	20

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	22
3.2 Visi dan Misi Perusahaan	23
3.2.1 Visi Perusahaan	23
3.2.2 Misi Perusahaan	23
3.3 Struktur Perusahaan	24
3.4 Uraian Tugas	26
3.5 Profil Responden.....	27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	29
4.1.1 Uji Validitas.....	29
4.1.2 Uji Reliabilitas	34
4.2 Uji Koefisiensi Determinasi.....	35
4.3 Uji Simultan dan Uji Parsial	
4.3.1 Uji Simultan (Uji F).....	36
4.3.2 Uji Parsial (Uji T)	37
4.4 Pengaruh Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Margarine Merek Blue Band	40
4.5 Media Iklan yang Paling Berpengaruh dalam Keputusan Pembelian Margarine Merek Blue Band	43

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan45
5.2 Saran46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 Struktur Organisasi PT Unilever Tbk	25

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Responden Berdasarkan Umur.....	27
3.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
3.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
4.1 Uji Validitas Media Iklan Brosur.....	30
4.2 Uji Validitas Media Iklan Surat Kabar.....	30
4.3 Uji Validitas Media Iklan Televisi	31
4.4 Uji Validitas Media Iklan Spanduk.....	32
4.5 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	33
4.6 Uji Reliabilitas Variabel Media Iklan (X).....	34
4.7 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	35
4.8 Hasil Koefisien Determinasi.....	35
4.9 Hasil Uji Simultan.....	36
4.10 Hasil Uji Parsial.....	37
4.11 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	40

LAMPIRAN

Lampiran

1. Permohonan Surat Pengantar Pengambilan Data
2. Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
3. Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
4. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
5. Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
6. Daftar Kuesioner
7. Hasil olah data menggunakan SPSS