

SANWACANA

Puji syukur kehadiran Allah SWT maha besar yang telah memberikan rahmat dan Berkah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam juga selalu tercurah kepada junjungan dan teladan seluruh alam, Nabi Muhammad SAW. Judul yang pada skripsi ini adalah "Pengaruh Iklan Produk Indomie Versi Satu Selera Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian di Bandar Lampung" yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulisi ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Hj. Aida Sari, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Lampung sekaligus selaku penguji utama skripsi. Terima kasih atas saran yang begitu berarti untuk penulis.
3. Bapak Aripin Ahmad, S.E., M.Si. selaku pembimbing utama skripsi dan Pembimbing akademik atas segala kebaikan, ketulusan serta kesabarannya untuk memberikan bimbingan, saran dan juga kritik dalam proses penyelesaian skripsi ini.

4. Ibu Roslina, S.E., M.Si. selaku pembimbing kedua atas segala kebaikan, kesediaan serta kesabarannya untuk memberikan bimbingan, saran dan juga kritik selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
6. Bapak, Mama, Adikku yang tak pernah berhenti mendoakan kesuksesanku dan memberikan seluruh dukungan moral, materil, menjadi penyemangatku untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Monica Syamsurya yang ada disaat hati sedang galau untuk memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi. Terimakasih dengan tidak pernah berhenti mengingatkan setiap hari agar berjuang menyelesaikan skripsi .
8. Sahabat anti jatuh Genk Metal, Boy, Jalal, Ucup, Baga, Adit, Blek, Rangga, Nico, Ebong, Otong, Agung, Pramandra, Ojan.
9. Sahabat terbaik seperjuangan Yasser, Onyeng, Gewgew, Eki, Anggew, Doni, Denny, Windi, terima kasih atas kebersamaannya.
10. Sahabat BEM FEB Bukit, Yuda, Akbar, Acong, Ayu, Putri, Dewi, Firda, Devi, Elisa, Raka, Sendi, Uje, Arif, Husa, Legit, Nadia, Tian, Ambon, Nanda, Helen dan Devia.
11. Sahabat penyemangat skripsi Nanda (Sipit), Bagus (Mbe), Denmas (Bewok), Shiva, Anggun, Dila, Iyek, Echi, Leli, Arham
12. Keluarga Unila Avin, Nuzul, Upil, Tiya, Dewi, Eci, Gebot, Cungir, Imam, Winda, Dedew, Ganjek, Rere, Tonay, Ayu (citul), prima,
13. Keluarga besar BESWAN Djarum 2011/2012 terima kasih

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari sempurna, tetapi semoga skripsi yang sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, Mei 2013

Penulis

Rizky Eka Adiguna

DAFTAR ISI

	Halaman
SAN WACANA	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Kerangka Pikir	10
II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Pemasaran	13
2.2 Iklan	16
2.2.1 Pengertian Iklan	16
2.2.2 Jenis-Jenis Iklan	18
2.2.3 Atribut Iklan	20
2.2.4 Tujuan Periklanan	20
2.2.5 Iklan pada Media Televisi	22
2.2.6 Kategori Iklan Televisi	23
2.2.7 Keunggulan Iklan Televisi	24
2.2.8 Kelemahan Iklan Televisi	26
2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	27
III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Variabel Penelitian	30
3.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	31
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	31
3.6 Definisi Operasional	32
3.7 Analisis Data	33

IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Profil Konsumen Indomie	34
4.1.1 Profil Konsumen Menurut Kelompok Umur.....	34
4.2.2 Profil Konsumen Menurut Pendidikan Terakhir	35
4.2.3 Profil Responden Menurut Pekerjaan.....	35
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	36
4.4.1 Tayangan Iklan Indomie Versi Satu Selera di Televisi	36
4.4.2 Keputusan Pembelian	41
V KESIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Pangsa Pasar Mie Instant di Indonesia Tahun 2009-2011	6
2. Perkembangan Volume Penjualan Indomie di Wilayah Pemasaran Lampung Tahun 2011	7
3. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	32
4. Profil Konsumen Menurut Kelompok Umur	34
5. Profil Konsumen Menurut Pendidikan Terakhir.....	35
6. Profil Konsumen Menurut Pekerjaan.....	35
7. Penayangan Iklan Produk Indomie Versi Satu Selera di Televisi Penuh Kreativitas	36
8. Slogan Iklan Produk Indomie Versi Satu Selera di Televisi adalah Menarik	37
9. Slogan Iklan Produk Indomie Versi Satu Selera di Televisi Mudah Diingat.....	38
10. Jalan Cerita Iklan Produk Indomie Versi Satu Selera di Televisi adalah Menarik	38
11. Jalan Cerita Iklan Produk Indomie Versi Satu Selera di Televisi Mudah Dimengerti	39
12. Jalan Cerita Iklan Produk Indomie Versi Satu Selera di Televisi Memiliki Pesan yang Baik untuk Disampaikan kepada Masyarakat	40
13. Rekapitulasi Data Variabel Iklan Produk Indomie Versi Satu Selera.....	41
14. Keputusan Pembelian Produk Indomie	41

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Halaman
1. Skema Kerangka Pikir	12