

**PENGARUH MEDIA IKLAN TELEVISI DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KARTU SIMPATI PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI UNDIKSHA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**



**Oleh :
Gede Sukadana
NIM. 1817041135**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2022

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA EKONOMI**

Menyetujui,

Pembimbing I,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP.196810291993032001

Pembimbing II,



Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP.198805032018031001

Skripsi oleh Gede Sukadana ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal, 20 Mei 2022

Dewan Penguji,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP.196810291993032001

(Ketua)



Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP.198805032018031001

(Anggota)



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.,
NIP. 197611102014042001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 20 Mei 2022

Mengetahui.

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP.196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Komang Krisna Heriyanda, S.E., M.M
NIP. 196810291993032001



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si, Ak., CA, CPA
NIP. 19790616 200212 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul **“Pengaruh Media Iklan Televisi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha”** beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 20 Mei 2022

Yang membuat pernyataan,



Gede Sukadana
NIM. 1817041135

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa/Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmatNya-lah, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Iklan Televisi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E, M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Ni Made Suci, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I saya yang telah memberikan arahan, petunjuk dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
6. Rahutama Atidira, S.T., M.M., selaku Pembimbing II yang dengan penuh tanggung jawab dan ketegasan memberikan bimbingan, saran motivasi yang bermanfaat bagi penulis sampai terselesainya skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan
8. Staf dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan petunjuk, saran dan motivasi dalam pelaksanaan serta penyusunan skripsi ini.

9. Kepada Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah membantu penulis dalam penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan tentang nilai perkuliahan.
10. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
11. Kepada orang tua tercinta Bapak Wayan Sukerata dan Ibu Wayan Kandri yang tiada henti memberikan doa, motivasi, inspirasi dengan cinta dan kasih sayang yang tak akan pernah terlupakan selamanya.
12. Kakak-kakak tersayang Wayan Diarni, Kadek Mariani, dan Ketut Ardani yang telah memberikan doa demi keberhasilan penulis.

Penulis Menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Singaraja, 4 Juli 2022

Penulis



DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	8
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian	9
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian	11
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian	12
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	12
2.2 Media Iklan	13
2.2.1 Pengertian Media Iklan	13
2.2.2 Televisi Sebagai Media Iklan	14
2.2.3 Karakteristik Iklan Televisi.....	16
2.2.4 Dimensi Media Iklan Televisi	17
2.2.5 Indikator Media Iklan Televisi	18
2.3 Citra Merek	19
2.3.1 Pengertian Citra Merek	19
2.3.2 Dimensi Citra Merek	20

2.3.3 Indikator Citra Merek	20
2.4 Penelitian Terdahulu yang Relevan	21
2.5 Hubungan Antar Variabel	24
2.5.1 Pengaruh Media Iklan Televisi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	24
2.5.2 Pengaruh Media Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.5.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	26
2.6 Kerangka Berpikir	26
2.7 Hipotesis Penelitian	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	30
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.3.1 Populasi Penelitian	31
3.3.2 Sampel Penelitian	31
3.4 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian	32
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	33
3.5.1 Metode Pengumpulan Data	33
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data	34
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	37
3.6.2 Uji Analisis Deskriptif	37
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	37
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.7 Uji Hipotesis	40
3.7.1 Uji Secara Simultan (Uji F)	40
3.7.2 Uji Secara Parsial (Uji t)	41
3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Karakteristik Responden	43
4.2 Pengujian Asumsi	44

4.2.1 Hasil Uji Asumsi Klasik	44
4.2.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	46
4.2.3 Analisis Koefisien Determinasi	48
4.3 Pengujian Hipotesis	48
4.3.1 Pengaruh Media Iklan Televisi (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	48
4.3.2 Pengaruh Media Iklan Televisi (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	48
4.3.3 Pengaruh Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	49
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	49
4.4.1 Pengaruh Media Iklan Televisi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	49
4.4.2 Pengaruh Media Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian.....	51
4.4.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	52
 BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator, Skala Ukur.....	32
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.1 Gambaran Umur Responden Berdasarkan Program Studi.....	43
Tabel 4.2 Gambaran Umur Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolonieritas	45
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh Media Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	28
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik <i>P-plot</i>	45
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan <i>Scatterplot</i>	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Grafik <i>P-plot</i>	60
Lampiran 01: Kuesioner Penelitian	62
Lampiran 02: Tabulasi Data Kuesioner Sampel Kecil	63
Lampiran 03. Hasil Obsevasi awal.....	69
Lampiran 04. Penelitian Sampel Besar	73
Lampiran 05. Tabulasi Data Kuesioner Sampel Besar	78
Lampiran 06. Deskripsi Data Responden.....	79
Lampiran 07. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.	83
Lampiran 08. Uji Asumsi Klasik	85
Lampiran 09. Hasil Analisis Regresi Berganda, Pengaruh Media Iklan Televisi (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	86

