

**PENGARUH IKLAN DI MEDIA ELEKTRONIK  
PRODUK ROKOK LA BOLD VERSI ‘*STRONGER  
THAN LIFE*’ TERHADAP *BRAND IMAGE***

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana (S1)**



**Nama: Lalita Rizqi Annisa  
NIM: 1131001091**

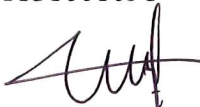
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2019**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Lalita Rizqi Annisa

NIM : 1131001091

Tanda Tangan : 

Tanggal : 23 Agustus 2019

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

---

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Lalita Rizqi Annisa

NIM : 1131001091

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan di Media Elektronik Produk Rokok LA Bold  
Versi '*Stronger Than Life*' Terhadap *Brand Image*

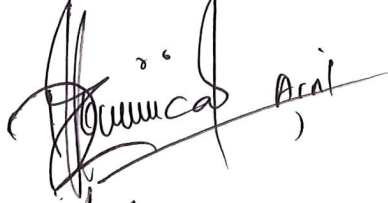

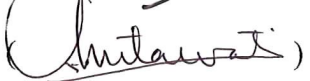
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM

Penguji I : M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D

Penguji II : M.Th. Anitawati, Ir., M.s., M.sc

  
()  
()

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Iklan di Media Elektronik Produk Rokok LA Bold Versi ‘Stronger Than Life’ Terhadap Brand Image”**.

Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak awal perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Dominica Widyastuti selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini;
- 2) Ibu, bapak dan kakak selaku keluarga penulis yang telah memberi dukungan baik material maupun moral;
- 3) Rekan-rekan Program Studi Manajemen Universitas Bakrie angkatan 2011, 2012, 2013, 2014, dan 2015 yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung pada masa perkuliahan.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 23 Agustus 2019

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : Lalita Rizqi Annisa  
NIM : 1131001091  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Penelitian Empiris (Skripsi)

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Iklan di Media Elektronik Produk Rokok LA Bold Versi '*Stronger Than Life*' Terhadap *Brand Image***

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 23 Agustus 2019

Yang menyatakan



Lalita Rizqi Annisa

**Pengaruh Iklan di Media Elektronik Produk Rokok LA Bold Versi ‘*Stronger Than Life*’ Terhadap *Brand Image***

Lalita Rizqi Annisa

---

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh iklan di media elektronik terhadap *brand image* LA Bold. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan melibatkan 110 responden. Responden dalam penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan yang berasal dari semua kalangan yang pernah melihat iklan LA Bold versi “*Stronger than Life*” di media elektronik. Sampel dikumpulkan dengan teknik *convenience sampling method*. Regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis data. Penelitian ini menggunakan iklan elektronik LA Bold sebagai objek dari penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan di media elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *brand image* pada LA Bold.

Kata kunci: iklan media elektronik, citra merk, LA Bold

*Effect of LA Bold Cigarette Product Electronic Advertising on "Stronger Than Life" Version on Brand Image*

Lalita Rizqi Annisa

---

*ABSTRACT*

*This study aims to determine how the influence of advertising in electronic media on the LA Bold brand image. This study used a quantitative approach and involved 110 respondents. Respondents in this study were men and women from all walks of life who had seen the LA Bold advertisement version "Stronger than Life" in electronic media. Samples were collected by convenience sampling method. Simple linear regression is used to analyze data. This study uses LA Bold electronic advertising as an object of research. The results of this study indicate that advertising in electronic media has a positive and significant influence on brand image in LA Bold.*

*Key words: electronic media advertising, brand image, LA Bold*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABLE .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>7</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1 Periklanan.....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.1 Tujuan Periklanan .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.2 Sifat-Sifat Iklan .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.3 Aspek dan Jenis-Jenis Iklan .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Iklan Media Elektronik .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2.1 Iklan Rokok di Media Elektronik.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2.2 Dimensi Iklan Media Elektronik.....</b>	<b>13</b>
<b>2.3 <i>Brand Image</i> .....</b>	<b>15</b>
<b>2.3.1 Tujuan Merek .....</b>	<b>16</b>
<b>2.3.2 Manfaat <i>Brand Image</i> .....</b>	<b>16</b>
<b>2.3.3 Karakteristik <i>Brand Image</i> .....</b>	<b>17</b>
<b>2.3.4 Dimensi <i>Brand Image</i> .....</b>	<b>18</b>
<b>2.4 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>20</b>
<b>2.5 Hipotesis.....</b>	<b>21</b>



2.6 Kerangka Pemikiran.....	22
<b>BAB III.....</b>	<b>23</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	23
3.2 Objek Penelitian.....	23
3.3 Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	25
3.7 Teknik Analisis Data.....	26
<b>BAB IV .....</b>	<b>28</b>
<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>28</b>
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	28
4.2 Pre-Test Kuesioner.....	30
4.3 Analisis Deskriptif.....	30
4.4 Analisis Statistik.....	33
4.4.1 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas .....	33
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	34
4.4.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	36
4.4.4 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	37
4.5 Pengujian Hipotesis.....	39
4.6 Pembahasan .....	39
<b>BAB V.....</b>	<b>41</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>41</b>
5.1 Kesimpulan .....	41
5.2 Saran .....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>43</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>46</b>

**DAFTAR TABEL**

<b>3.1 Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....</b>	<b>26</b>
<b>4.1 Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....</b>	<b>28</b>
<b>4.2 Tabel 4.2 Uji Reliabilitas dan Validitas 30 Responden.....</b>	<b>30</b>
<b>4.3 Tabel 4.3 Pernyataan Variabel X (Iklan Media Elektronik) .....</b>	<b>31</b>
<b>4.4 Tabel 4.4 Pernyataan Variabel Y (Brand Image) .....</b>	<b>31</b>
<b>4.5 Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Iklan di Media Elektronik .....</b>	<b>32</b>
<b>4.6 Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Brand Image LA Bold .....</b>	<b>32</b>
<b>4.7 Tabel 4.7 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas 110 Responden .....</b>	<b>34</b>
<b>4.8 Tabel 4.8 Model Summary .....</b>	<b>37</b>
<b>4.9 Tabel 4.9 Coefficients.....</b>	<b>38</b>

**DAFTAR GAMBAR**

<b>1.1 Gambar 1.1 <i>Screen Capture</i> Iklan LA Bold <i>Stronger Than Life</i> .....</b>	<b>6</b>
<b>4.1 Gambar 4.1 Grafik <i>Probability Plot</i> .....</b>	<b>35</b>
<b>4.2 Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplot</i>.....</b>	<b>36</b>