

**PENGARUH PESAN IKLAN DI MEDIA CETAK DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP MINAT BELI TOYOTA YARIS DI
JAKARTA**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



MUHAMMAD ALWI

1101001039

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

2014

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Alwi

NIM : 1101001039

Tanda Tangan : 

Tanggal : 17 Juli 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Alwi
NIM : 1101001039
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Pesan Iklan Di Media Cetak Dan *Brand Image*
Terhadap Minat Beli Mobil Toyota Yaris Di Jakarta.

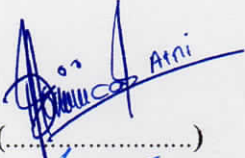
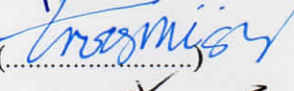
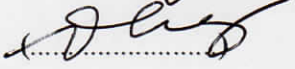
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M.

Penguji I : Ir. Tri Wismiarsi, M.SC., Ph.D.

Penguji II : Holila Hatta, S.Pd., M.M


(.....)

(.....)

(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 17 Juli 2014

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala rahmat, taufik, hidayah dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Pesan Iklan Di Media Cetak Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Toyota Yaris Di Jakarta” sebagai salah satu persyaratan untuk melaksanakan tugas akhir pada Program Studi Manajemen Universitas Bakrie. Dalam proses pembuatan proposal ini penulis mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dilancarkan dalam penulisan proposal ini.
2. Keluarga tercinta yang selalu memberikan bantuan moril, mendukung dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan penulisan proposal ini.
3. Ibu Dominica Arni Widyastuti selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penulisan proposal ini serta memberikan semangat kepada penulis.
4. Vichi Yunar selaku teman terdekat yang tidak henti-hentinya memberikan semangat kepada penulis.
5. Teman-teman Manajemen 2010 (Menejebro) dan angkatan 2010 yang selalu memberikan semangat dan informasi, serta mendukung secara moril dalam menyelesaikan penulisan proposal ini.
6. Teman-teman team kerja PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia di tempat penulis melaksanakan kegiatan magang.
7. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis, serta selalu menyemangati penulis.

Semoga proposal ini dapat segera dilanjutkan menjadi tugas akhir, serta dapat memberikan manfaat kedepannya. Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah mendukung.

Jakarta, 17 Juli 2014

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Muhammad Alwi
NIM : 1101001039
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian 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 Pesan Iklan Di Media Cetak Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Toyota Yaris Di Jakarta

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 17 Juli 2014

Yang menyatakan,

(Muhammad Alwi)

PENGARUH PESAN IKLAN DI MEDIA CETAK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI TOYOTA YARIS DI JAKARTA

Muhammad Alwi¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pesan iklan di media cetak dan *brand image* terhadap minat beli mobil Toyota Yaris di Jakarta. Variabel dalam penelitian ini adalah pesan iklan di media cetak, *brand image* dan minat beli dimana setiap variabel independen itu memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Jenis penelitian ini adalah pengujian hipotesis dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk melihat seberapa besar data yang valid dan reliabel untuk melakukan penelitian ini. Selain itu, dilakukan juga uji regresi linear berganda menggunakan alat ukur berupa kuesioner dengan jumlah sampel yaitu 140 responden. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pesan iklan di media cetak dan *brand image* secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar 37,2% terhadap minat beli mobil Toyota Yaris di Jakarta.

Kata kunci : Pesan iklan di media cetak, *brand image*, minat beli.

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

***THE EFFECT OF ADVERTISING MESSAGES IN PRINT MEDIA AND
BRAND IMAGE TO THE PURCHASE INTENTION OF TOYOTA YARIS IN
JAKARTA***

Muhammad Alwi¹

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the effect of advertising messages in print media and brand image to the purchase intention of Toyota Yaris in Jakarta. The variable in this research is advertising in print media, brand image, and purchase intention which each independent variable has an influence on the dependent variable. The methods of research is using validity and reliable testing to see how much of data is valid and reliable to perform on this research. In addition, the test was also performed with multiple linear regression to measuring instruments used a questionnaire with totally 140 respondent. This research resulted that advertising messages in print media and brand image positively affect of the purchase intention for 37,2%.

Keywords : Advertising messages in print media, brand image, purchase intention.

¹ Student of Universitas Bakrie, Management Major

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup.....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 8
2.1 Periklanan.....	8
2.2 Brand Image	11
2.2.1 Brand	11

2.2.2 Brand Image	12
2.3 Minat Beli	13
2.4 Penelitian Terdahulu	15
2.5 Kerangka Konseptual dan Hipotesa	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.1.1 Sumber Data	19
3.1.2 Populasi	20
3.1.3 Sampel	20
3.2 Variabel Penelitian	21
3.3 Pengukuran Penelitian.....	21
3.4 Operasional Variabel.....	21
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6 Teknik Analisis Data	23
3.6.1 Uji Instrumen	23
3.6.2 Uji Reliabilitas	24
3.6.3 Uji Validitas	24
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	25
3.6.4.1 Uji Normalitas	25
3.6.4.2 Uji Heterokedastisitas.....	26
3.6.4.3 Uji Multikolinearitas	27
3.7 Metode Analisis Data	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29

4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	29
4.2 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas.....	32
4.2.1 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas Pre-Test.....	33
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	33
4.2.3 Uji Validitas.....	34
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	35
4.3.1 Uji Normalitas.....	35
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	37
4.3.3 Uji Multikolinearitas.....	38
4.4 Uji Regresi Linear Sederhana.....	39
4.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	40
4.6 Hasil Hipotesis.....	43
4.7 Pembahasan.....	44
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 46
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	46
 DAFTAR PUSTAKA	 48
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

1.1 Perbandingan Market Share Otomotif Di Indonesia	2
1.2 Data Penjualan Mobil Hatchback Tahun 2011-2013	2
1.3 Data Penjualan Medium Hatchback Nasional 2011-2013	3
3.1 Operasional Variabel	21
4.1 Analisis Frekuensi	30
4.2 Uji Reliabilitas dan Uji Validitas Pre-Test	32
4.3 Uji Reliabilitas Variabel	33
4.4 Nilai Corrected Item Total Correlation	34
4.5 Nilai Inflation Factor	38
4.6 Hasil Analisis Regresi Pesan Iklan di Media Cetak	39
4.7 Hasil Analisis Regresi Brand Image	39
4.8 Uji Regresi Linear Berganda	42

DAFTAR GAMBAR

1.1 Brand Image Toyota.....	6
2.1 Kerangka Hipotesa.....	18
4.1 Gambar Normal P-Plot.....	36
4.2 Histogram Normalitas.....	37
4.3 Tabel Uji Heteroskedastisitas.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	54
Lampiran 2. Hasil SPSS	58