

**PENGARUH PERIKLANAN (*ADVERTISING*) TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AQUA JAPAN LED TV  
LE40AQT8000TF DI MODERN MARKET LOTTE SHOPPING  
KELAPA GADING JAKARTA TAHUN 2017**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ilmu  
komunikasi**



**RACHMA AULIA ANNISA**

**1161903004**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2018**

**LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

Nama : Rachma Aulia Annisa

NIM : 1161903004

Tanda Tangan : 

Tanggal : 19 April 2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

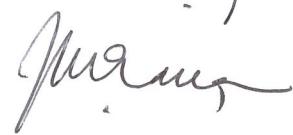
Nama : Rachma Aulia Annisa  
NIM : 1161903004  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Periklanan (*Advertising*) Terhadap Keputusan Pembelian Produk AQUA Japan LED TV LE40AQT8000TF di Modern Market Lotte Shopping Kelapa Gading Jakarta tahun 2017

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Eli Jamilah Mihardja M.Si., Ph.D (  )

Penguji 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M (  )

Penguji 2 : Mirana Hanathasia, MMedia Prac (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 April 2018

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. atas berkat dan rahmat yang telah penulis terima selama melaksanakan tugas akhir ini, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Komunikasi pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Bakrie.
2. Ibu Eli Jamilah Mihardja M.Si., Ph.D selaku pembimbing penulis, yang senantiasa memberi bimbingan, saran dan ide dalam penulisan tugas akhir.
3. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M, selaku pembahas seminar proposal, yang telah memberi masukan pada penulis. Ibu Mirana Hanathasia, S. Sos, M. Media Prac., selaku dosen penguji sidang akhir yang memberikan tutunan serta masukan kepada penulis sehingga tugas akhir ini menjadi sempurna.
4. Para Dosen yang mengajar Kelas Karyawan jurusan Ilmu Komunikasi, atas ilmu yang diberikan
5. Adi Sasmita dan Rusbiantoro, kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan moril dan materi setiap saat, selalu menemani penulis mengerjakan karya akhir ini, dan selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis. Semoga hasil dari karya penulis ini dapat memberikan kebanggaan tersendiri bagi kalian.
6. Rizka Anggraini dan Pandu Nazarusadi, kakak dan adik saya tersayang yang selalu sabar dan ikhlas menjadi pendengar dan penasihat yang bijak untuk membantu penulis menyusun skripsi ini.
7. Teman-teman satu bimbingan dari *Marketing Communication*, Nae, Aldi, Afre, terima kasih sudah menjadi tempat berkeluh kesah sepanjang menghadapi masa ini.
8. Sahabat sepenanggungan, Afina Ruqayyah, yang selalu saling mendukung dan menguatkan hingga di detik-detik kritis pengumpulan skripsi. Virda Chalimatussadiah yang sangat sayang kepada penulis dan dukungan penuh

dalam penyelesaian skripsi penulis.

9. Para konsumen produk TV AQUA Japan LED TV LE40AQT8000TF serta *sales promotion* dan *boy* di Modern Market Lotte Shopping Kelapa Gading Jakarta yang telah bersedia menjadi responden dalam tugas akhir ini.
10. Teman-teman Kelas Karyawan Batch 6 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas tahun bersama yang tidak terlupakan. Dan juga pihak-pihak lainnya yang mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar dapat menunjang pengembangan dan perbaikan penulis selanjutnya.

Akhir kata penulis mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat berguna untuk menambah wawasan dan wacana bagi rekan-rekan mahasiswa.

Jakarta, 19 April 2018



Rachma Aulia Annisa

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama	:	Rachma Aulia Annisa
NIM	:	1161903004
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir	:	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 Periklanan (*Advertising*) Terhadap Keputusan Pembelian Produk AQUA Japan LED TV LE40AQT8000TF di Modern Market Lotte Shopping Kelapa Gading Jakarta tahun 2017

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 : **19 April 2018**

Yang Menyatakan,



**(Rachma Aulia Annisa)**

**PENGARUH PERIKLANAN (ADVERTISING) TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK AQUA JAPAN LED TV LE40AQT8000TF DI  
MODERN MARKET LOTTE SHOPPING KELAPA GADING JAKARTA  
TAHUN 2017**

RACHMA AULIA ANNISA

---

**ABSTRAK**

Periklanan adalah bentuk presentasi dan promosi non pribadi tentang ide, barang, dan jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu. LE40AQT8000TF merupakan salah satu produk keluaran AQUA Japan yang diandalkan sebagai smart tv pertama AQUA Japan untuk para konsumen mereka di Indonesia dengan *feature* yang lengkap adapun Modern Market Lotte Shopping menjadi lokasi yang diandalkan oleh AQUA Japan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan konsep bauran promosi dari Kotler & Keller dimana terdapat 7 cara komunikasi utama salah satunya *Advertising* sebagai variabel (x) dan keputusan pembelian teori AIDA sebagai variabel (y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis penelitian menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan non probability sampling dengan skala interval. Pada penelitian ini penulis mempunyai 143 orang sebagai responden yang merupakan konsumen yang telah membeli produk AQUA Japan LED LE40AQT8000TF di Modern Market Lotte Shopping Kelapa Gading periode Januari hingga September 2017. Variabel *advertising* belum berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk AQUA Japan LED TV LE40AQT8000TF, mampu mempengaruhi keputusan pembelian responden hanya sebesar 0,9%. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan AQUA Japan untuk lebih meningkatkan *marketing communication* secara khusus untuk produk LED TV AQUA Japan atau menambahkan keberagaman pada promosi AQUA Japan terhadap produk yang sama.

**Kata Kunci** : Promosi, Advertising, Keputusan Pembelian, AQUA Japan

**EFFECT OF ADVERTISING ON AQUA JAPAN PRODUCT PURCHASE  
LED TV LE40AQT8000TF IN MODERN MARKET LOTTE SHOPPING  
COCONUT OIL IN JAKARTA 2017**

RACHMA AULIA ANNISA

---

**ABSTRACT**

*Advertising is a form of non-personal presentation and promotion of ideas, goods, and services paid by certain sponsors. LE40AQT8000TF is one of AQUA Japan's output products that is dependable as AQUA Japan's first AQUA smart tv for their consumers in Indonesia with complete features as Modern Market Lotte Shopping becomes a reliable location by AQUA Japan. In this study the authors use the concept of promotion mix from Kotler & Keller where there are 7 main communication ways one of them Advertising as variable (x) and purchasing decision theory AIDA as variable (y). This research uses quantitative method. This type of research uses descriptive research type using non probability sampling with interval scale. In this study the authors have 143 people as respondents who are consumers who have purchased AQUA Japan LED LE40AQT8000TF products in Modern Market Lotte Shopping Kelapa Gading period January to September 2017. Advertising variables have not influenced the purchase decision AQUA Japan LED TV LE40AQT8000TF products, able to influence the decision the purchase of respondents is only 0.9%. The results of this study are expected to be considered AQUA Japan to further improve marketing communication specifically for AQUA Japan LED TV products or add diversity to AQUA Japan's promotion of the same product.*

**Kata Kunci** : *Promotion, Advertising, Purchase Decision, AQUA Japan*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMAKASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>

### **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1	Latar Belakang .....	1
1.2	Rumusan Masalah .....	5
1.3	Tujuan Penelitian.....	5
1.4	Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1	Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2	Manfaat Praktis.....	6

### **BAB II. KERANGKA TEORITIS**

2.1	Tinjauan Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya .....	7
2.2	Landasan Teori .....	11
2.2.1	Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing Communication</i> ) .....	11
2.2.1.1	<i>Advertising</i> .....	12
2.2.2	Keputusan Pembelian.....	13
2.2.2.1	Konsep Keputusan Pembelian.....	13
2.3	Kerangka Teori.....	15
2.4	Hipotesis.....	16

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1	Metodologi Penelitian .....	17
3.2	Populasi dan Sampling .....	17
3.2.1	Populasi .....	17
3.2.2	Sampel .....	19
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	20
3.4	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	22
3.5	Teknik Analisis Data .....	22
3.5.1	Analisis Data Kuantitatif.....	22
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	25
3.6.1	Uji Validitas .....	25
3.6.2	Uji Reabilitas .....	26
3.6.3	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	27
3.6.3.1	Pengujian Hipotesis Secara Keseluruhan (Uji F) .....	27
3.6.4	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	28
3.7	Keterbatasan Penelitian .....	28

#### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	29
4.1.1	Profil AQUA Japan .....	29
4.2	Hasil Penelitian.....	33
4.2.1	Karakteristik Responden .....	33
4.2.2	Analisis Jawaban Responden .....	36
4.2.2.1	Analisis Jawaban Responden untuk Variabel X1 <i>Advertising</i> .....	36
4.2.2.1.1	Analisis Jawaban Responden untuk Indikator Presentasi Umum .....	37
4.2.2.1.2	Analisis Jawaban Responden untuk Indikator Daya Sebar .....	40
4.2.2.1.3	Analisis Jawaban Responden untuk Indikator Daya Ekspresi yang Besar .....	41
4.2.2.2	Analisis Jawaban Responden untuk Variabel Y .....	42
4.2.3	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	46
4.2.3.1	Uji Validitas .....	46
4.2.3.2	Uji Reliabilitas.....	47
4.2.4	Hasil Pengujian Hipotesis .....	48

4.2.4.1	Pengujian Hipotesis Secara Keseluruhan (Uji F) .....	48
4.2.4.2	Uji t.....	49
4.3	Pembahasan.....	50
4.3.1	Pengaruh antara dimensi <i>Advertising</i> produk AQUA Japan LED TV LE40AQT8000TF terhadap keputusan pembelian.....	50
<b>BAB V. KESIMPULAN</b>		
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Saran.....	53
5.2.1	Saran Akademis.....	53
5.2.2	Saran Praktis.....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		54

## **DAFTAR TABEL**

### **Halaman**

Tabel 1.1.	Penjualan Produk LED TV LE40AQT8000TF di Modern Market Lotte Shopping Kelapa Gading Jakarta Januari – September tahun 2017 .....	4
Tabel 2.1	Penelitian Sebelumnya .....	9
Tabel 3.1.	Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel.....	23
Tabel 3.2.	Kriteria Penafsiran Koefisien Variabel .....	25
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden .....	29
Tabel 4.2.	Perolehan Jawaban Responden dari Variabel X <i>Advertising</i> .....	33
Tabel 4.3.	Perolehan Jawaban Responden dari Variabel Y .....	60
Tabel 4.10.	Uji Validitas .....	63
Tabel 4.11.	Hasil Uji Reliabilitas .....	64
Tabel 4.12.	Hasil Uji F .....	65
Tabel 4.13.	Hasil Uji t .....	66

## **DAFTAR GAMBAR**

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Teori .....	16
Diagram 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	30
Diagram 4.2 Usia Responden .....	31
Diagram 4.3 Pekerjaan Responden .....	31
Diagram 4.4 Tahu AQUA Japan.....	32

## **DAFTAR LAMPIRAN**

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner .....	52
Lampiran 2 Data Responden .....	54
Lampiran 3 Hasil Penelitian .....	63
Lampiran 4 AQUA Japan Support Documents .....	66