

**PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI VERSI
MENYEBERANGI JALAN dan *PERSONAL SELLING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK DJARUM
BLACK PADA PENGUNJUNG CILANDAK TOWN SQUARE**

TUGAS AKHIR

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Program Studi Manajemen Universitas Bakrie



ANDREW ARIEF AGASSI

1071001176

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2011**

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 : ANDREW ARIEF AGASSI

NIM : 1071001176

Tanda tangan:



Tanggal : 19 Agustus 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : ANDREW ARIEF AGASSI
NIM : 1071001176
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI
Judul Skripsi : PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI VERSI
MENYEBERANGI JALAN dan PERSONAL
SELLING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ROKOK DJARUM BLACK PADA
PENGUNJUNG CILANDAK TOWN SQUARE

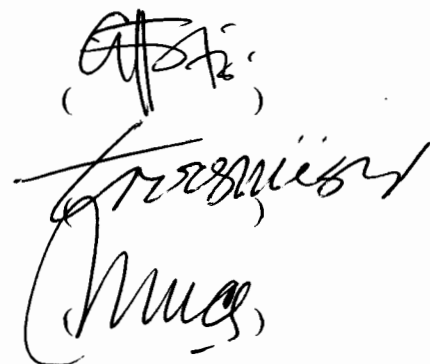
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ananda Fortunisa, SE., M.Si.

Penguji : Tri Wismiarsi, Ph.D.

Penguji : Muchsin Saggaf Shihab, Ph.D.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2011

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan tahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusutan Tugas Akhir ini, Sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral;
2. Ananda Fortunisa, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Para responden yang telah mengisi kuesioner sebagai sumber data untuk diteliti.
4. Para teman dan sahabat yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.

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

Jakarta, 19 Agustus 2011
Penulis

Andrew Arief Agassi

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : ANDREW ARIEF AGASSI
NIM : 1071001176
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI
Jenis Tugas Akhir : RISET BISNIS

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 PESAN IKLAN TELEVISI VERSI MENYEBERANGI
JALAN DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DJARUM BLACJ PADA PENGUNJUNG CILANDAK
TOWN SQUARE**

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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 19 Agustus 2011
Yang menyatakan



ANDREW ARIEF AGASSI

**PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI VERSI MENYEBERANGI
JALAN dan *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ROKOK DJARUM BLACK PADA PENGUNJUNG
CILANDAK TOWN SQUARE**
Andrew Arief Agassi¹

ABSTRAK

Industri rokok adalah salah satu industri dengan tingkat belanja iklan yang tinggi dan penggunaan *personal selling* terbanyak dalam strategi promosinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah iklan yang dibelanjakan dan kegiatan *personal selling* yang dilakukan oleh salah satu produsen dengan total belanja iklan terbesar yaitu Djarum Black dapat berpengaruh pada keputusan pembelian. Unsur iklan yang akan diteliti adalah pesan iklan yang ada pada iklan televisi Djarum Black dengan versi menyeberangi jalan. Pengumpulan data dilakukan dari para perokok di Cilandak Town Square. Hasil yang didapat pada penelitian ini adalah variabel pesan iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel *personal selling* juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel pesan iklan dan *personal selling* juga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci:

Pesan iklan, *personal selling*, keputusan pembelian, Djarum Black.

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

**INFLUENCE OF TV COMMERCIAL MESSAGE VERSION CROSSING
THE ROAD and PERSONAL SELLING AGAINSTS CILANDAK TOWN
SQUARE VISITORS PURCHASE INTENTION OF DJARUM BLACK**

ANDREW ARIEF AGASSI

ABSTRACT

Cigarette industry spent large amount of advertising expenditure and applied massive personal selling strategy compared to other industries. The purpose of this research is to examine the effect of advertising message and personal selling strategy on purchase intention of Djarum Black. The advertisement which was included in this study was TV advertising with theme of “crossing the road”. The data were collected from 150 cigarette smokers at Cilandak Town Square through a survey which used structured questionnaires. The results showed that advertising message and personal selling positively and significantly associated with purchase intention.

Keywords:

Advertising message, personal selling, purchase decision, Djarum Black.

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
2. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIRAN	6
2.1 Iklan	6
2.1.1 Media	7
1.2 Televisi	7
1.3 Pesan	7
2.2 Personal Selling	8
2.3 Keputusan Pembelian	10
2.4 Penelitian Terdahulu	11
2.5 Kerangka Konseptual/Pemikiran	13
2.6 Hipotesis	13
3. METODE PENELITIAN	14
3.1 Rancangan Penelitian	14
3.2 Variabel Penelitian	14
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian	14
3.4 Tempat Penelitian	16
3.5 Data yang dibutuhkan	17
3.6 Populasi	17
3.7 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	18
3.8 Uji Realibilitas	18
3.9 Uji Validitas	19
3.10 Analisis Data	19
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Keadaan Objek Riset	21
4.1.1 Sejarah Perusahaan	21
4.1.2 Djarum Black	21

4.2 Keadaan Umum Sampel Riset	22
4.2.1 Karakteristik Responden	22
4.2.2 Deskripsi Variabel.....	22
4.3 Uji Validitas	23
4.4 Uji Realibilitas	24
4.5 Regresi Linear Berganda	24
4.5.1 Koefisiensi Determinasi	24
4.6 Pembahasan.....	25
5. KESIMPULAN DAN SARAN	27
5.1 Kesimpulan	27
5.2 Saran.....	28
DAFTAR PUSTAKA	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	33
Lampiran 2. Karakteristik Responden.....	36
Lampiran 3. Deskripsi Responden	38
Lampiran 4. Realibilitas	40
Lampiran 5. Validitas.....	45
Lampiran 6. Regresi Linear Berganda	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Industri dengan Jumlah Pembelanjaan Iklan Tertinggi.....	1
Tabel 1.2 Produk Rokok dengan Pembelanjaan Iklan Terbesar	2
Tabel 1.3 Perkembangan Industri Rokok.....	3
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	15
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	22
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	22
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel	23
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel.....	24
Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Berganda	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	13
--------------------------------------	----