

**PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOTOR YAMAHA NMAX PADA DEALER YAMAHA
SAKO PALEMBANG**

DISUSUN OLEH :

MUHAMMAD FATHU ROZI

151510236



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG**

2019

**PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOTOR YAMAHA NMAX PADA DEALER YAMAHA
SAKO PALEMBANG**

SKRIPSI

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH
GELAR SARJANA**

Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen



DISUSUN OLEH :

MUHAMMAD FATHU ROZI

151510236

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG**

2019

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

**PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOTOR YAMAHA NMAX PADA DEALER YAMAHA
SAKO PALEMBANG**

OLEH :

Muhammad Fathu Rozi

151510236

**Telah Diterima Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Program Studi Manajemen**

Palembang, September 2019

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Bina Darma

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Pembimbing



(Efan Elpanso., S.E. M.M)



(Dr. Muji Gunarto., S.Si., M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI ini berjudul "PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA NMAX PADA DEALER YAMAHA SAKO PALEMBANG" telah dipertahankan didepan komisi penguji pada tanggal September 2019 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

KOMISI PENGUJI

- | | | |
|---------------------------------|---------|---------|
| 1. Efan Elpanso, S.E., MM | Ketua | (.....) |
| 2. Heriyanto, S.E., M.Si | Anggota | (.....) |
| 3. Dr. Abdul Basyith S.E., M.Si | Anggota | (.....) |

Palembang, September 2019
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bina Darma

Ketua Program Studi,



(Dr. Dina Mellita, S.E., M. Ec)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fathu Rozi

Nim : 151510236

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma Palembang atau diperguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penlitian saya sendiri dengan arahan dari pembimbing;
3. Didalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukan kedalam daftar rujukan;
4. Saya bersedia tugas Skripsi yang saya hasilkan ini dicetak keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta di unggah di internet, secara dapat di akses secara daring;
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundan-undang yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Palembang, Agustus 2019

Yang membuat pernyataan



Muhammad Fathu Rozi

NIM : 151510236

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh efektivitas iklan (X) terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT. Thamrin Brothers Sako Palembang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier sederhana, pengujian hipotesis dengan analisis uji t (parsial) dan uji koefisien determinasi R^2 . Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer yang didapat dari 100 responden pada konsumen di PT. Thamrin Brothers Sako Palembang. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif yang signifikan antara efektivitas iklan terhadap keputusan pembelian Yamaha NMAX Pada Dealer Yamaha Sako Palembang, dengan sumbangan efektif diberikan sebesar 0,797 yang menunjukkan persentase sebesar 63,5%, serta dibuktikan dari hasil pengujian hipotesis dimana *level sig < a* atau $0,0001 < 0,05$ yang berarti H_1 diterima.

Kata Kunci: Efektivitas Iklan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of advertising effectiveness (X) on purchase decisions (Y) at PT. Thamrin Brothers Sako Palembang. The analytical tool used in this study is a simple linear regression model, testing the hypothesis with t test analysis (partial) and test the coefficient of determination R^2 . Types and sources of data used are primary data obtained from 100 respondents to the consumer at PT. Thamrin Brothers Sako Palembang. Based on the results, it can be concluded that there is a significant positive effect anantara effectiveness of advertising on purchasing decisions Yamaha Yamaha Dealer Sako Nmax In Palembang, the effective contribution given by 0.797 which shows a percentage of 63.5%, and proved from the hypothesis where the level sig <a or $0.0001 < 0.05$, which means that H_1 is accepted.

Keywords: *Advertising Effectiveness, Purchase Decision*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kesuksesan adalah buah dari usaha-usaha kecil, yang diulang hari demi hari” (Robert Collier)

Kupersembahkan Kepada:

- Kedua Orang Tuaku Yang
Tercinta
- Saudara-saudarakau Yang
Tersayang
- Almamaterku Universitas
Bina Darma Palembang
- Dosen Pembimbingku
- Dosen Universitas Bina
Darma
- Teman-teman serta Sahabat
Seperjuangan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DATAR PRIBADI

Nama : Muhammad Fathu Rozi
Jenis kelamin : Laki-Laki
Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 02 April 1997
Agama : Islam
Alamat : JL Karya, Lr Griya NO 4 Palembang
No Telepon : 082186965368
Alamat Email : M.fathurozi@gmail.com

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Pendidikan Formal:

1. SD (2008) : SD Negeri 118 Palembang
2. SMP (2011) : SMP Negeri 38 Palembang
3. SMA (2014) : SMA Negeri 14 Palembang

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “ **Pengaruh Efektivitas iklan terhadap keputusan pembelian motor Yamaha NMAX pada Dealer Yamaha Sako Palembang**” dalam rangka untuk memenuhi persyaratan akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Bina Darma Palembang.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis banyak menerima bimbingan, nasihat-nasihat dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih terutama kepada:

1. Dr. Sunda Ariana, M,Pd,M.M Selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang
2. Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bina Darma Palembang
3. Dr. Dina Mellita, SE.,M.Ec Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bina Darma Palembang
4. Efan Elpanso, S.E., M.M. Selaku Pembimbing Skripsi, dan juga sebagai Pengajar yang telah banyak membantu selama membimbing dan mengarahkan penulis sampai tersusunnya Skripsi ini.

5. Seluruh Staff Dosen, Khususnya Dosen Manajemen Universitas Bina Darma Palembang
6. Kepada Kedua Orang Tua Saya yang telah memberikan Do'a dan semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini.

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Bagi Peneliti	7
1.4.2 Bagi Perusahaan	8
1.4.3 Bagi Keilmuan	8
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran	10

2.2 Periklanan.....	11
2.2.1 Pengertian Periklanan	11
2.2.2 Tujuan Iklan	12
2.3 Efektivitas Iklan	14
2.3.1 Pengertian Efektivitas Iklan	14
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan	14
2.3.3 Indikator Efektivitas Iklan	16
2.4 Keputusan Pembelian.....	18
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.4.2 Peran Dalam Keputusan Pembelian	20
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	21
2.5 Hubungan Antara Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.	23
2.6 Penelitian Terdahulu	23
2.7 Kerangka Berpikir	24
2.8 Hipotesis.....	25

BAB III METODOE PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian.	26
3.2 Lokasi Penelitian.....	26
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.3.1 Identifikasi Variabel Penelitian	26
3.3.2 Pengukuran Variabel	28
3.4 Populasi Dan Sampel	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel.....	29
3.5 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	30
3.5.1 Uji Validitas	30
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.7 Metode Analisis Data.....	32
3.8 Uji Koefisien Determinasi R^2	35

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	36
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	36
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	38
4.1.3 Deskripsi Pekerjaan.....	39
4.1.4 Aktivitas Perusahaan.....	42
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Service.....	44
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	46
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	47
4.4 Analisis Pengujian.....	48
4.4.1 Hasil Pengujian Validitas.....	48
4.4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	50
4.4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	51
4.4.4 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	54
4.4.5 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	55
4.4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.4.7 Hasil Uji t.....	56
4.5 Pembahasan.....	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA	61
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	63
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Dan Market Share Matic bongsor periode 1 2018	3
Tabel 1.2 Tingginya Belanja Iklan Yamaha Dalam 1 minggu.....	6
Tabel 1.3 Penjualan Yamaha Nmax Di Sako Palembang selama 2018 ..	6
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Efektivitas iklan terhadap keputusan pembelian	28
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Service Ke Berapa	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	46
Tabel 4.6 Bobot Nilai dari Jawaban Responden	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Efektivitas Iklan (X)	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Efektivitas Iklan (X)	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4.11 Deskripsi Jawaban Responden (X)	51
Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden (Y)	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Korelasi	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Salah satu contoh iklan Yamaha NMAX	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	25
Gambar 4.1 Sturktur Organisasi PT. Thamrin Brothers Sako Palembang	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Tabulasi Kuisisioner

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Uji Realibilitas

Lampiran 5 Hasil Uji Regresi

Lampiran 6 Lembar Konsultasi

Lampiran 7 *Plagirism Checker*