

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah banyak melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

Adapun penyusunan laporan tugas akhir ini yang berjudul “**Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Untuk Produk Sepeda Motor Honda Bebek Di Kota Bandung** dengan tema *sales and promotion*, diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan pembaca mengenai periklanan yang dilakukan oleh PT Daya Adicipta Mustika Bandung.

Penulis menyadari bahwa penulisan dan penyusunan laporan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritikan yang membangun dari semua pihak agar menjadikan laporan tugas akhir ini lebih baik lagi.

Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu proses penyusunan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bapak Agus Maolana Hidayat selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dengan sabar untuk menukarkan ilmu, memberi bimbingan dan arahan serta nasihat yang berguna kepada penulis.
2. Bapak Ganjar Mohammad Disastra selaku ketua program studi D-3 Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan keterampilan dengan penuh keikhlasan ketauladan dan kekeluargaan serta menuntun penulis dalam meraih ilmu dengan sarana dan prasarana belajar yang tersedia selama penulis mengikuti tugas belajar.
3. Bapak Sampurno Wibowo dan Bapak Dadang Iskandar yang telah memberikan ilmu dan motivasi yang sangat berguna untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan semangat yang tinggi.
4. Bapak/Ibu dosen beserta sekretariat Prodi D3 Manajemen Pemasaran yang telah ikut membantu dan memberikan kemudahan kepada penulis dalam menjalankan Laporan Tugas Akhir ini.
5. Secara khusus penulis sampaikan sembah sujud serta doa yang tulus kepada kedua orangtua penulis Abdul Manan dan Jumistri yang tidak pernah berhenti

mendoakan penulis untuk selalu sehat walafiat selamat dan sukses dalam menempuh dan menyelesaikan tugas belajar ini.

6. Dan tak lupa penulis ucapkan kepada saudaraku Diany Saputri, Hanafi Saputra, Anilka Saputra dan Fajar Saputra yang selalu memberikan semangat hidup.
7. Kepada rekan-rekan dan sahabat penulis dibangku perkuliahan khususnya D-3 Manajemen Pemasaran B 2010 atas dukungan dan kebersamaanya selama ini.
8. Applied Science School Telkom University kampus tempat penulis menimba ilmu, kami selalu membanggakanmu.
9. Ibu Tita Rohita dan Ibu Tini beserta anak-anak penghuni Pesona Bali B5/19 yang juga turut membantu proses penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini.
10. Pihak-pihak lainnya yang tidak sempat penulis ucapkan secara satu persatu, terima kasih semuanya.

Akhirnya kepada-Nya juga penulis kembali menyandarkan segala harapan dan memohon ampunan atas segala kekhilafan dan kekurangan yang pernah penulis perbuat selama ini. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi semuanya.

Bandung, Oktober 2013

Penulis

Abdika Santoso

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Observasi.....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	3
1.1.4 Deskripsi Pekerjaan	4
1.1.5 Produk Perusahaan.....	5
1.2 Latar Belakang Objek Observasi.....	13
1.3 Perumusan Masalah	18

1.4 Tujuan Observasi	18
1.5 Kegunaan Observasi	18
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	19
BAB II RELEVANSI TEORI DAN PEMBAHASAN.....	20
2.1 Tinjauan Teori	20
2.1.1 Definisi Pemasaran	20
2.1.2 Bauran Pemasaran	20
2.1.3 Bauran Promosi	21
2.1.4 Periklanan.....	22
2.1.5 Keputusan Memilih Media.....	23
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	26
2.1.7 Hubungan Periklanan Dengan Keputusan Pembelian	28
2.1.8 Kerangka Pemikiran	29
2.1.9 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu	29
2.2 Metode Penelitian	32
2.2.1 Jenis Penelitian	32
2.2.2 Variabel Penelitian.....	32
2.2.3 Jenis Data	33
2.2.4 Teknik Pengumpulan dan Persiapan Data.....	33
2.2.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34

2.2.6	Operasional Variabel	35
2.2.7	Skala Pengukuran	39
2.2.8	Alat Uji Data	40
2.2.9	Alat Ananlisis Data.....	42
2.3	Pembahasan	45
2.3.1	Karakteristik Responden	45
2.3.2	Hasil Pengujian Data	47
2.3.3	Periklanan dan Keputusan Pembelian.....	52
2.3.4	Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian	54
BAB III KESIMPULAN DAN SARAN.....		58
3.1	Kesimpulan	58
3.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		60
LAMPIRAN		62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Profil Jenis-Jenis Media Penting	23
Tabel 2.2 Perbandingan <i>Literature Review</i> Dengan Penelitian Penulis.....	30
Tabel 2.3 Variabel Operasional	35
Tabel 2.4 Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal	42
Tabel 2.5 Interpretasi Koefisien	43
Tabel 2.6 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 2.7 Identitas Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 2.8 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 2.9 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan	46
Tabel 2.10 Identitas Responden Berdasarkan Media Iklan.....	47
Tabel 2.11 Validitas Variabel X	47
Tabel 2.12 Validitas Variabel Y	48
Tabel 2.13 Reliabilitas Variabel X.....	50
Tabel 2.14 Reliabilitas Variabel Y	50
Tabel 2.15 Tes Normalitas	51
Tabel 2.16 Tabulasi Data Hasil Penghitungan Jawaban Kuesioner Variabel X.....	52
Tabel 2.17 Tabulasi Data Hasil Penghitungan Jawaban Kuesioner Variabel Y.....	53
Tabel 2.18 Koefisien Determinasi	54
Tabel 2.19 Koefisien	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo PT Daya Adicipta Mustika.....	1
Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT Daya Adicipta Mustika	3
Gambar 1.3 New Honda Spacy.....	5
Gambar 1.4 Scoopy.....	6
Gambar 1.5 Honda PCX.....	6
Gambar 1.6 New Beat.....	7
Gambar 1.7 Vario.....	7
Gambar 1.8 Vario Techno.....	8
Gambar 1.9 Vario Techno CBS.....	8
Gambar 1.10 Supra X 125.....	9
Gambar 1.11 Absolute Revo DX.....	9
Gambar 1.12 Absolute Revo 110.....	10
Gambar 1.13 Revo Techno AT.....	10
Gambar 1.14 Honda Blade	11
Gambar 1.15 CBR 250 R	11
Gambar 1.16 New Honda Tiger.....	12
Gambar 1.17 New Mega Pro	12
Gambar 1.18 City Sport 1.....	13
Gambar 1.19 Pangsa Pasar Motor Bebek Periode 2010-2012.....	14

Gambar 1.20 Volume Penjualan Motor Bebek Periode 2010-2012	15
Gambar 2.1 Keputusan Periklanan Utama	22
Gambar 2.2 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian	27
Gambar 2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 2.4 Kurva t Tabel	44
Gambar 2.5 Histogram Normalitas	51
Gambar 2.6 Plot Normalitas	52
Gambar 2.7 Garis Kontinuiti Variabel X	53
Gambar 2.8 Garis Kontinuiti Variabel Y	54
Gambar 2.9 Hasil Kurva t Tabel.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I- Lembar Bimbingan Laporan Tugas Akhir	63
Lampiran II- Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran III- Data Pengisi Kuesioner	67
Lampiran IV- Hasil Kuesioner Responden Pada Periklanan (X)	70
Lampiran V- Hasil Kuesioner Responden Pada Keputusan Pembelian (Y)	73
Lampiran VI- Pengkodean Regresi.....	76
Lampiran VII- Korelasi Periklanan (X)	79
Lampiran VIII- Korelasi Keputusan Pembelian (Y).....	80
Lampiran IX- Tabel Distribusi t	81