

**KOMPARASI PENGARUH EFEKTIFITAS MEDIA IKLAN
(MEDIA CETAK, MEDIA ELEKTRONIK) DAN PUBLISITAS
TERHADAP MINAT CALON MAHASISWA BARU DI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
(STUDY KASUS PADA SISWA SMA N 2 PONOROGO DAN
SMA N 3 PONOROGO)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai syarat untuk menyusun skripsi
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Deki Febrianto
Nim : 12412779
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2017

RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh efektifitas iklan media cetak, media elektronik dan publisitas terhadap minat calon mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Ponorogo dari SMA N 2 Ponorogo dan SMA N 3 Ponorogo.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang berasal dari SMA N 2 Ponorogo dan SMA N 3 Ponorogo tahun ajaran 2015/2016. Sampel yang digunakan sebanyak 70 responden. Teknik pengumpulan data dengan metode kuesioner. Untuk pengujian instrument dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan ujireabilitas. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan program spss16.

Hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa yang berasal dari SMA N 2 Ponorogo dan SMA N 3 Ponorogo menunjukkan bahwa variabel iklan media cetak (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap minat calon mahasiswa dari SMA N 2 Ponorogo dan negative terhadap minat calon mahasiswa dari SMA N 3 Ponorogo. Variabel iklan media elektronik (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat calon mahasiswa dari SMA N 2 Ponorogo dan positif signifikan terhadap minat calon mahasiswa dari SMA N 3 Ponorogo. Publisitas (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap minat calon mahasiswa dari SMA N 2 Ponorogo dan positif signifikan terhadap minat calon mahasiswa dari SMA N 3 Ponorogo.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran untuk ku dalam mengerjakan skripsi ini.

Pertama saya sembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua ku bapak kimun hariadi dan ibu sulis, karena atas doa mereka yang tiada henti dan perjuangan mereka yang membuat saya selalu semangat dan optimis dalam menjalani setiap fase kehidupan, terimakasih kepada mereka berdua malaikat tak bersayap yang selalu berjuang untuk anak kecilmu yang kini tumbuh dewasa. Kalian sudah menjadi ibu dan ayah terbaik dan terhebat yang pernah ada.

Kedua skripsi ini aku persembahkan kepada ke lima saudaraku. Untuk kalian semua aku ucapkan banyak terimakasih. Karena kalian selalu memberi semangat kepadaku dikala rasa bosan, rasa lelah, putus asa datang dikala aku malas mengerjakan skripsi ini.

Yang ketiga ku persembahkan skripsi ini kepada kekasih tercinta (Nur Alifha Rusy Diana) yang telah setia menemaniku. Terimakasih untukmu yang selalu sabar dan perhatian kepadaku. terselesaikannya skripsi ini juga atas berkat mu. Kaulah yang menjadi penyemangatku mengerjakan skripsi ini. Kamu selalu bawel dikala q malas mengerjakan skripsi. Hanya kata terimakasih yang bisa aku ucapkan untuk membalas semua ini. Semoga kamulah jodoh yang Allah berikan padaku. Aaammmmmiiiiiiiiinnnnn,,,,,,,,,,,,,

Terimakasih tak lupa saya haturkan kepada ibu Fiti Rapini SE, MM dan bapak Edi Santoso SE, MM yang telah rela meluangkan waktu untuk membimbing saya dengan sabar dan telaten sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Terakhir saya ucapkan banyak banyak terimakasih yang sebesar besarnya kepada bapak ibu dosen pengajar yang tidak bisa saya tulis namanya satu demi satu.terimakasih telah sudi memberikan ilmu yang bermanfaat untukku.

MOTTO

Jika orang berpegang pada keyakinan, maka hilanglah keraguan. Tetapi orang yang berpegang pada kesangsian, maka hilanglah keyakinan.

Bukan tentang ingin melakukan sesuatu yang bisa kau lakukan, melainkan apa yang kau lakukan, bukan tentang menjadi seseorang, melainkan dirimu ingin menjadi seperti apa.

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Komparasi Pengaruh Efektifitas Media iklan (Media Cetak,Media Elektronik) Publisitas Terhadap Minat Calon Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
Study kasus pada siswa SMA N 2 Ponorogo dan SMA N 3 Ponorogo.

Nama : Deki Febrianto

NIM : 12412779

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat Untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo,

Pembimbing I



Titi Rapini, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003

Pembimbing II



Edi Santoso, SE, MM
NIK. 19740311 200103 12

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

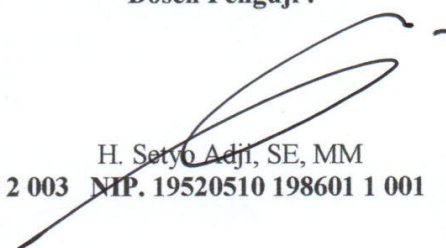


(Titi Rapini, SE, MM)
NIP. 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji :



Titi Rapini, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003



H. Setyo Adji, SE, MM
NIP. 19520510 198601 1 001



Hadi Sumarsono, SE, M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karna atas berkat rahmatnya sehingga pembuatan skripsi sederhana dengan judul “ Komparasi Pengaruh Efektifitas Media Iklan (Media Cetak,Media Elektronik) Dan Publisitas Terhadap Minat calon Mahasiswa Baru Di Universitas Muhammadiyah Ponorogo (Study Kasus Pada Siswa Sma N 2 Ponorogo Dan Sma N 3 Ponorogo) ” ini dapat terselesaikan.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam kurikulum Jurusan Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Selama proses penyelesaian penulisan skripsi ini banyak ditunjang dengan bantuan tenaga, pemikiran baik moral maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu Penulis pada kesempatan ini dengan kerendahan hati menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Drs. H.Sulton, M.Si selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memimpin Universitas Muhammadiyah Ponorogo menuju perubahan dan kesuksesan.
2. Titi Rapini, SE, MM selaku dosen Pembimbing I yang rela meluangkan waktunya dan dengan penuh kesabaran memeriksa dan memberikan saran atas kesempurnaan penulisan skripsi ini.
3. Edi Santoso, SE, M.Si selaku Pembimbing II yang rela meluangkan waktunya dan dengan penuh kesabaran memeriksa dan memberikan saran atas kesempurnaan penulisan skripsi ini.

4. Bapak / ibu dosen Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah bersedia mengajar dan membimbing kami selama menjalani study di kampus Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Seluruh Staff Akademik yang banyak membantu selama ini.
6. Orang Tuaku yang selalu memberikan dukungan dan doanya selama ini.
7. My special yang selalu memberikan support dan kasih sayang dan selalu setia menemani dan menghibur.
8. Seluruh keluargaku yang selalu memberikan dukungannya.
9. My all Best friends yang selalu dengan setia membantu dan memberiku semangat.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca supaya penulis dapat menyusun penelitian selanjutnya dengan lebih baik.

Akhir kata, atas perhatian dan kesempatan yang telah diberikan, penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Ponorogo, Maret 2017

Penulis

Deki Febrianto

NIM. 12412779

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Ponorogo,



(Deki Febrianto)

NIM 12412779

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	iii
Ringkasan	iv
Kata pengantar	v
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	vi
Daftar isi.....	vii
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xx
Daftar Lampiran	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan Peneelitan	6
1.3.2. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Konsep Pemasaran	8
2.1.1. Pengertian Pemasaran	8
2.1.2. Bauran Pemasaran	9
2.1.2.1. Pengertian Bauran Pemasaran	9
2.1.3. Produk	12
2.1.3.1. Pengertian Produk	12
2.1.3.2. Tingkatan Produk : Hierarki Nilai	

Pelanggan	12
2.1.3.3. Klasifikasi Produk	13
2.1.4. Jasa	17
2.1.4.1. Pengertian Jasa	17
2.1.4.2. Karakteristik Pemasaran Jasa	17
2.1.4.3.	19
2.1.5. Promosi	19
2.1.5.1. Pengertian Promosi	19
2.1.5.2. Tujuan Promosi	20
2.1.6. Bauran Promosi	21
2.1.7. Publisitas	23
2.1.8. Iklan Media Cetak	26
2.1.9. Iklan Media Elektronik	28
2.1.10. Perilaku Konsumen	29
2.1.10.1. Pengertian Dan Konsep Perilaku Konsumen	29
2.1.10.2. Peranan Konsumen Dalam Pembelian	31
2.1.10.3. Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	31
2.1.10.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	34
2.1.10.5. Hubungan Iklan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian	38
2.2. Penelitian Terdahulu	41
2.3. Kerangka Pemikiran	42
2.4. Hipotesis	43

BAB III	METODE PENELITIAN	44
3.1.	Ruang Lingkup Penelitian	44
3.2.	Populasi Dan Sampel.....	44
3.2.1.	Populasi	44
3.2.2.	Sampel	44
3.3.	Metode Pengambilan Data	45
3.4.	Data Yang Dibutuhkan	46
3.5.	Sumber Data	46
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	46
3.7.	Definisi Operasional Variabel	47
3.8.	Variabel Independen	47
3.8.1.	Iklan Media Cetak	47
3.8.2.	Iklan Media Elektronik	48
3.8.3.	Publisitas	48
3.9.	Variabel Dependen	49
3.9.1.	Minat Beli Konsumen	49
3.10.	Metode Analisis Data	50
3.11.	Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.12.	Uji Instrumen	52
3.12.1.	Uji Validitas	52
3.12.2.	Uji Reabilitas	52
3.12.3.	Analisis Koefisiensi Determinasi (R^2)	53
3.13.	Uji Hipotesis	54
3.13.1.	Uji F (Uji Serempak)	54
3.13.2.	Uji T (Uji Parsial)	54
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1.	Analisis Karakteristik Responden	55

4.1.1. Profil Responnden.....	55
4.1.2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Klamin.....	55
4.1.3. Data Responden Mahasiswa Dari SMA N 2 Ponorogo	56
4.1.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.1.5. Data Responden Mahasiswa Dari SMA N 3 Ponorogo	57
4.1.6. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dari SMA N 3 Ponorogo.....	57
4.1.7. Gambaran Umum Responden Dari SMA N 2 Ponorogo Berdasarkan Pemilihan Fakultas Atau Jurusan Pada Universitas Muahammadiyah Ponorogo	57
4.1.8. Responden Berdasarkan Pemilihan Fakultas Atau Jurusan Dari SMA N 2 Ponoorogo	58
4.1.9. Gambaran Umum Responden Dari SMA N 3 Ponorogo Berdasarkan Pemilihan Fakultas Atau Jurusan Pada Universitas Muahammadiyah Ponorogo	59

4.1.10. Responden Berdasarkan Pemilihan Fakultas Atau Jurusan Dari SMA N 3 Ponoorogo	59
4.2. Deskripsi Variabel Hasil Penelitian	60
4.2.1. Pernyataan Variabel Iklan Media Cetak SMA N 2 Ponorogo (X1)	61
4.2.2. Pernyataan Variabel Iklan Media Elektronik SMA N 2 Ponorogo (X2).....	66
4.2.3. Pernyataan Variabel Publisitas SMA N 2 Ponorogo (X3).....	71
4.2.4. Pernyataan variabel minat calon Mahasiswa Dari SMA N 2 Ponorogo (Y1)	76
4.2.5. Pernyataan Variabel Iklan Media Cetak SMA N 3 Ponorogo (X1)	82
4.2.6. Pernyataan Variabel Iklan Media Elektronik SMA N 3 Ponorogo (X2).....	87
4.2.7. Pernyataan Variabel Publisitas SMA N 3 Ponorogo (X3).....	92
4.2.8. Pernyataan variabel minat calon Mahasiswa Dari SMA N 3 Ponorogo (Y2)	97
4.3. Pengujian Instrumen Data	103
4.3.1. Uji Validitas	103
4.3.2. Uji Reliabilitas	105

4.4. Analisis Data	109
4.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda SMA N 2 Ponorogo	109
4.4.2. Analisis Korelasi Berganda SMA N 2 Ponorogo	111
4.4.3. Koefisien Determinasi SMA N 2 Ponorogo (R^2)	112
4.4.4. Analisis Regresi Linier Berganda SMA N 2 Ponorogo	113
4.4.5. Analisis Korelasi Berganda SMA N 3 Ponorogo	115
4.4.6. Koefisien Determinasi SMA N 3 Ponorogo (R^2)	116
4.5. Uji Hipotesis	117
4.5.1. Uji T (Parsial) SMA N 2 Ponorogo	117
4.5.2. Uji F (Serempak) SMA N 2 Ponorogo.....	120
4.5.3. Uji T (Parsial) SMA N 3 Ponorogo	122
4.5.4. Uji F (Serempak) SMA N 3 Ponorogo.....	125
4.6. Pembahasan Umum.....	127
4.6.1. Pengaruh Media Cetak Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari SMA N 2 Ponorogo	

	Dan SMA N 3 Ponorogo Di Universitas Muhammadiyah Ponorogo	128
4.6.2.	Pengaruh Media Elektronik Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari SMA N 2 Ponorogo Dan SMA N 3 Ponorogo Di Universitas Muhammadiyah Ponorogo	129
4.6.3.	Pengaruh Publisitas Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari SMA N 2 Ponorogo Dan SMA N 3 Ponorogo Di Universitas Muhammadiyah Ponorogo	130
4.6.4.	Implikasi Hasil Penelitian Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari SMA N 2 Ponorogo DAN SMA N 3 Ponorogo di Universitas Muhammadiyah Ponorogo	131
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		135
5.1.	Kesimpulan	135
5.2.	Saran	136
5.2.1.	Bagi Pihak Universitas Muhammadiyah Ponorogo	137
5.2.2.	Bagi Peneliti Selanjutnya	138

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu	41
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dari Sma N 2 Ponorogo	56
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Dari Sma N 3 Ponorogo	57
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pilihan Fakultas Atau Jurusan Dari Sma N 2 Ponorogo	58
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pilihan Fakultas Atau Jurusan Dari Sma N 2 Ponorogo	59
Tabel 4.5 tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Cetak (X1)	61
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Cetak (X1)	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Cetak (X1)	63
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Cetak (X1)	64
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Cetak (X1)	65
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Elektronik (X2)	66

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Elektronik (X2)	67
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Elektronik (X2)	68
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Elektronik (X2)	69
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Elektronik (X2)	70
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Publisitas (X3)	71
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Publisitas (X3)	72
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Publisitas (X3)	73
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Publisitas (X3)	74
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Publisitas (X3)	75
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari Sma N 2 Ponorogo	76
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari Sma N 2 Ponorogo	77
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari Sma N 2 Ponorogo	78
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari Sma N 2 Ponorogo	79
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari Sma N 2 Ponorogo	80
Tabel 4.25 Rata-Rata Variabel (X) Sma N 2 Ponorogo	81

Cetak	Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media (X1)	82
Cetak	Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media (X1)	83
Cetak	Tabel 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media (X1)	84
Cetak	Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media (X1)	85
Cetak	Tabel 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media (X1)	86
	Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Elektronik (X2)	87
	Tabel 4.32 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Elektronik (X2)	88
	Tabel 4.33 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Elektronik (X2)	89
	Tabel 4.34 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Elektronik (X2)	90
	Tabel 4.35 Tanggapan Responden Terhadap Iklan Media Elektronik (X2)	91
	Tabel 4.36 Tanggapan Responden Terhadap Publisitas (X3)	92
	Tabel 4.37 Tanggapan Responden Terhadap Publisitas (X3)	93

Tabel 4.38 Tanggapan Responden Terhadap Publisitas (X3)	94
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Terhadap Publisitas (X3)	95
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Terhadap Publisitas (X3)	96
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari Sma N 2 Ponorogo	97
Tabel 4.42 Tanggapan Responden Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari Sma N 2 Ponorogo	98
Tabel 4.43 Tanggapan Responden Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari Sma N 2 Ponorogo	99
Tabel 4.44 Tanggapan Responden Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari Sma N 2 Ponorogo	100
Tabel 4.45 Tanggapan Responden Terhadap Minat Calon Mahasiswa Dari Sma N 2 Ponorogo	101
Tabel 4.46 Rata-Rata Variabel (X) Sma N 2 Ponorogo	102
Tabel 4.47 hasil Uji Validitas Data Sma N 2 Ponorogo	104
Tabel 4.48 Hasil Uji Reliabilitas Data Sma N 2 Ponorogo	106
Tabel 4.49 hasil Uji Validitas Data Sma N 3 Ponorogo	107
Tabel 4.50 hasil Uji Reliabilitas Data Sma N 3 Ponorogo	109
Tabel 4.51 Hasil Analisis Rgresi Linier Berganda Sma N 2 Ponorogo	110
Tabel 4.52 Hasil Analisis Korelasi Berganda Sma N 2 Ponorogo	112
Tabel 4.53 Hasil Koefisien Determinasi Sma N 2 Ponorogo	113
Tabel 4.54 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Sma N 3 Ponorogo	114

Tabel 4.55 Hasil Analisis Korelasi Berganda Sma N 3 Ponorogo	116
Tabel 4.56 Hasil Koefisien Determinasi Sma N 3 Ponorogo	117
Tabel 4.57 Hasil Uji T Sma N 2 Ponorogo	118
Tabel 4.58 Hasil Uji F Sma N 2 Ponorogo	121
Tabel 4.59 Hasil Uji T Sma N 2 Ponorogo	124
Tabel 4.60 Hasil Uji F Sma N 2 Ponorogo	127

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.3 Kerangka Pemikiran.....	42
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 3. Hasil Analisis SPSS

Lampiran 4. Foto Copy Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 5. Tabel Nilai Distribusi t

Lampiran 6. Tabel Nilai Distribusi f