

**KOMPARASI EFEKTIFITAS IKLAN DENGAN MEDIA
TELEVISI KARTU SELULER “AXIS” DAN KARTU SELULER
“AS” PADA SISWA SMA NEGERI 1 JETIS PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Novita Ramayanti
NIM : 12412983
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
TAHUN 2018**

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan tingkat efektifitas yang ditimbulkan iklan televisi kartu seluler “Axis” dan kartu seluler “AS” dilihat dari dimensi *Empathy, Persuasi, Impact, Communication*. Data diperoleh dari kuesioner dengan metode purposive sampling dan observasi. Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 1 Jetis kelas X, XI, XII angkatan tahun 2016 sampai 2017 yang seluruhnya berjumlah 200 siswa dan sampelnya Berdasarkan rumus Slovin diperoleh jumlah responden sebanyak 67 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode Uji T. Hasil dari penelitian ini adalah variabel EPIC iklan produk kartu seluler AS memiliki tingkat efektifitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan iklan kartu seluler AXIS. Hal ini membuktikan bahwa produsen kartu seluler AS dalam mencapai segmen pasarnya sudah berhasil, segmen pasar yang ingin dicapai produsen kartu seluler AS yaitu mulai dari usia remaja sampai dengan dewasa dapat menggunakannya, dalam penelitian ini dibuktikan dengan mengambil responden pelajar SMA Negeri 1 Jetis Ponorogo yang dapat diketahui pula penelitian ini memiliki rentang usia 15-50 tahun dan dapat dikategorikan berada pada usia remaja dan dewasa artinya responden termasuk segmen pasar yang ingin dicapai kartu seluler AS sedangkan segmen pasar kartu seluler AXIS yaitu hanya remaja yang berusia 15-20 tahun.

Kata Kunci: Komparasi Efektivita Iklan

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : “Komparasi Efektifitas Iklan Dengan Media Televisi Kartu
Seluler “Axis” Dan Kartu Seluler “AS” Pada Siswa SMA
Negeri 1 Jetis Ponorogo”

Nama : Novita Ramayanti

NIM : 12412983

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



Titi Rapini, SE.,MM
NIDN. 0005056301

Ponorogo, 20 Agustus 2018
Pembimbing II



Hadi Sumarsono, SE.M.Si
NIDN. 0008057601

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Titi Rapini, SE,MM
NIDN. 0005056301

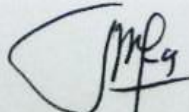
Dosen Penguji:

Ketua



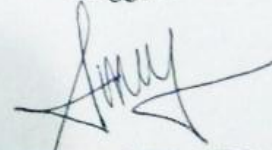
Titi Rapini, SE,MM
NIDN. 0005056301

Sekretaris



Dra. Umi Farida, MM
NIDN. 0710016101

Anggota



Riawan S. Pd, MM
NIDN. 0705128502

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan yang Mahakuasa. Atas limpahan rahmat dan taufik-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“KOMPARASI EFEKTIFITAS IKLAN DENGAN MEDIA TELEVISI KARTU SELULER “AXIS” DAN KARTU SELULER “AS” PADA SISWA SMA NEGERI 1 JETIS PONOROGO”**.

Selanjutnya pada kesempatan ini penulis ini ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis disampaikan kepada :

1. Dra. Umi Farida, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Titi Rapini, SE., MM, selaku dosen pembimbing I yang memberikan pengarahan sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan.
3. Hadi Sumarsono, SE. M.Si, selaku dosen pembimbing II yang memberikan pengarahan sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan.
4. Dosen jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
5. Drs. Hastomo, M.Pd.I, selaku kepala SMA Negeri 1 Jetis Ponorogo.
6. Keluarga besar SMA Negeri 1 Jetis Ponorogo.
7. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis yakin bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan.

Semoga karya sederhana ini bermanfaat bagi kita semua.

Ponorogo, Agustus 2018

Penulis,

NOVITA RAMAYANTI

NIM.12412983



PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah 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 disuatu 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 dalam daftar pustaka.

Ponorogo; Agustus 2018



Novita Ramayanti

NIM.12412983

DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	iii
Ringkasan	iv
Kata Pengantar	v
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	viii
Daftar Lampiran	ix
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1. Tujuan Penelitian	4
2. Manfaat Penelitian	5
 BAB II. TINJAUAN PUATAKA	
2.1. Landasan Teori	7
1. Pemasaran	7
2. Promosi	10
3. Periklanan	17
2.2. Penelitian Terdahulu	36
2.3. Kerangka Pemikiran	38
2.4. Hipotesis	40

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian	41
3.2. Populasi dan Sampel	41
3.3. Metode Pengambilan Data	43
3.4. Jenis Data	44
3.5. Sumber Data	44
3.6. Definisi Operasional Variabel	45
3.7. Metode Analisa Data	47
1. Uji Instrumen	47
2. Uji Hipotesis.....	48
3. Alat Analisa.....	49

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Wilayah Penelitian	52
4.2. Gambaran Umum Iklan	60
4.3. Deskripsi Responden	63
4.4. Pembahasan	71

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	102
5.2. Saran	103
5.3 Implikasi	104

DAFTAR PUSATAKA	109
-----------------------	-----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Responden Menurut Umur.....	64
Tabel 4.2 Distribusi Responden Menurut Pengeluaran	65
Tabel 4.3 Distribusi Responden Menurut Tempat Tinggal.....	66
Tabel 4.4 Durasi Menonton Televisi	67
Tabel 4.5 Kebiasaan Menonton Televisi	68
Tabel 4.6 Frekuensi Menonton Televisi	69
Tabel 4.7 Perilaku Menonton Televisi	70
Tabel 4.8 Uji Validitas Kartu AXIS	72
Tabel 4.9 Uji Validitas Kartu AS	73
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas AXIS	74
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas AS	75
Tabel 4.12 Group Statistics Variabel Empathy	77
Tabel 4.13 Independent Samples Test Variabel Empathy.....	79
Tabel 4.14 Group Statistics Variabel Persuasion.....	83
Tabel 4.15 Independent Samples Test Variabel Persuasion.....	85
Tabel 4.16 Group Statistics Variabel Impact.....	89
Tabel 4.17 Independent Samples Test Variabel Impact.....	91
Tabel 4.18 Group Statistics Variabel Communication	95
Tabel 4.19 Independent Samples Test Variabel Communication.....	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Kuesioner	111
Lampiran 2 Hasil Pengumpulan Data	118
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	126
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data	136

