

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana yaitu : $Y = 22.261 + 0.414 X$. nilai b positif ini menjelaskan bahwa pengaruh pesan iklan memiliki hubungan positif terhadap keputusan konsumen.
2. hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0.013 < 0.05$,maka H_0 ditolak, yaitu pesan iklan televisi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian kartu telkomsel.
3. hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.418 . hal ini berarti 41,8% keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh variable pengaruh pesan iklan televisi . sisanya 58.2% yang dijelaskan oleh variable-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

1. Dalam upaya menciptakan keputusan pembelian konsumen kartu AS Telkomsel harus melakukan perbaikan dan/atau meningkatkan strategi komunikasi pemasaran karena dengan komunikasi pemasaran yang baik perusahaan dapat berkomunikasi secara langsung maupun tidak langsung dengan konsumen. Selain itu komunikasi pemasaran perlu dipahami agar informasi yang ingin disampaikan oleh kartu AS Telkomsel dapat diterima oleh masyarakat (konsumen). Perbaikan strategi komunikasi pemasaran ini dapat dilakukan

misalnya membuat iklan semenarik mungkin, menambahkan jumlah tenaga pemasar, menjalin hubungan baik dengan konsumen.

2. Bagi penulis selanjutnya

Bagi penulis selanjutnya yang ingin mengkaji aspek yang serupa yaitu tentang komunikasi pemasaran dan keputusan pembelian diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan populasi dan sampel yang lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. S. (2010). "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik". Jakarta. Rineka Cipta
- Azwar. S. (1986). "Relibilitas & Validitas Interpretasi Dan komputasi": Jogjakarta: liberti.
- Ghozali, I. (2005), *Analisis Multipariate Aplikasi Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2009). "Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program SPSS". Semarang: badan penerbit univeritas diponegoro. Vol 100-125.
- _____. (2016). "Aplikasi Analisis Aultivarite Dengan Program IBM SPSS 20". Semarang. UNDIP
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeth.
- Kasali, R. (2007), *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- _____. (1993). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2008), "Prinsip-Prinsip Pemasaran". edisi 12 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, K Lane (2008). *Manajemen Pemasaran, jilid 1*, Penerbit Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip. (2010). *“Manajemen Pemasaran”*. Edisi tiga belas bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.

Lee, Monle dan Carla Johnson. (2007). *“Prinsip Prinsip Periklanan Dalam Perspektif Global*. Di terjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna. Jakarta: Kencana Prenada.

_____ (2007).” *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*”l. Edisi Pertama, Penerbit Kencana Prenada Media Grup Jakarta.

Nawari. (2010). *“Analisa Regresi Dengan Ms Excel Dan SPSS 17”*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo.

Santoso, S. (2015), *“Menguasai SPSS22 From Basic To Expert Skill”*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Sarwono, S. W., (2013).”*Psikologi Remaja*”, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sekaran, U. (2013), *“Research Methods for Business Edisi Empat”*. Jakarta: Salemba Empat.

_____. (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Buku 1. Edisi 4*. Jakarta. Salemba Empat.

Shimp, Terence. A. (2003). *“ periklanan promosi, aspek tambahan. Komunikasi pemasaran terpadu* (edisi ke 5 jilid 2). Jakarta. Erlangga.

Sugiono (2010), *“Metode Penelitian Bisnis”*. Bandung: CV. Alfabeta.

_____ (2011), *“Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development”*. Bandung: CV. Alfabeta.

_____. (2009). *“metode penelitian pendekatan kuantitatif, kualitatif. R dan D.* Bandung. Alfabeta.

_____. (2011). *“metode penelitian kualitatif, kuantitatif dan R dan D.* Bandung. Alfabeta.

_____ (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D Edisi Lanjutan.* Bandung: CV. Alfabeta

Suhandang, kusnadi. (2010). *“ periklanan managemen, kiat dan strategi.* Jakarta. Nuansa.

Suyatno, M. (2004). *“Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan”*. Yogyakarta. Andi.

Umar, H. (2008), *”Metode Penelitian dan Bisnis”*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wirawan, Sarlito S. (2012). *” Psikologi Remaja”*. Jakarta: PT. Raju Gravindo Persada.

Zuriah, N. (2007). *“Metode Dan Teknik Menyusun Proposal Skripsi”*, edisi 12 jilid 1 Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Skripsi Dan Jurnal :

- Andromedha W.(2013), “*Analisis Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Yamaha di Semarang*”.
- Ariestya, V. (2012). “ *Analisis efektivitas iklan dalam mempengaruhi keputusan pembelian kartu seluler IM3 versi IM3 Seru Gratis Gak Abis Abis [skripsi]*. Bogor (ID). Institut Pertanian Bogor.
- Deka, F. (2013). *Efektifitas pesan iklan tv, asosiasi merek, dan kelompok referensi terhadap minat beli susu bubuk l- men di kota semarang (doctoral dissertation, master program in communication science)*. UNDIP
- Heruwati, E. (2010),*Pengaruh Daya Tarik, Kredibilitas, dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio.*(studykasus : Semarang: Fakultas Ekonomi UNDIP).
- Lestari,I.A.(2008),“*Pengaruhn Pesan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Deterje Attack Clean Maximizer* ”.(Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang).
- Rusyadi, M. (2017).” *Pengaruh evektifitas iklan terhadap keputusan pembelian kartu perdana telkomsel(study di kelurahan sanua kecamatan kendari barat*. Universitas Halu Oleo kendari. Kota kendari.
- Sahara, S. (2009).” *Pengaruh Kualitas Jasa,Harga dan Promosi terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel*. Kota Manado.
- Triawan, D. (2011),*Pengaruh Daya Tarik Endoser (Sherina) Dalam Iklan Terhadap Brand Image Produk Simpati* (Studi pada Mahasiswa Jurusan

Ilmu Komunikasi angkatan 2010 Universitas Pembangunan Nasional (UPN) “Veteran” Yogyakarta). Umar, H. (2003),”*Metode Penelitian dan Bisnis*”. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Vania,A. (2012), “*Analisis Efektivitas Iklan Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kartu Seluler Im3 Versi “Im3 Seru Gratis*

Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). *Pengaruh iklan televisi dan harga terhadap keputusan pembelian sabun lux (survei pada pengunjung mega Bekasi hypermall)*. JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 3(1), 1-15.



Lampiran III. Instrument penelitian

PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL (STUDI KASUS: SMAN 1 MANTANG)

Assalmualaikum wr.wb

Saya ucapkan terima kasih sebelumnya karena bapak/ibu/sdr bersedia berpartisipasi dalam memperlancar penelitian saya. Adapun penelitian ini dilakukan dalam rangka penulisan tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan pada jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik. Saya menjamin kerahasiaan anda sebagai kode etik penelitian.

Hormat saya,

AKHMAD MUTA ALI

A. Petunjuk

Pengisian

Mohon mengisi kuesioener dengan cara memberikan tanda *check list* pada kolom lembar berikut, yaitu dengan memilih alternative jawab yang tersedia. Ada empat alternative jawaban, yaitu :

1. SS = Sangat Setuju
2. S = Setuju
3. RG = Ragu-Ragu
4. TS = Tidak Setuju
5. STS = Sangat tidak setuju

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
 - a) < 22 Tahun
 - b) 15-17 Tahun
 - c) 18-19 Tahun
4. Jurusan :

Pengaruh Pesan Iklan Televisi Variable X

No	Pengaruh Pesan Iklan Televisi (X)	SS	S	RG	TS	STS
		5	4	3	2	1
Isi Pesan						
1	Isi pesan yang terdapat dalam sebuah televise atau media masa seperti kualitas dan harga sangat bermanfaat dalam mengembangkan sebuah produk					
2	Daya tarik konsumen dalam sebuah isi pesan untuk mendukung dan memotivasi pembelian kartu telkomsel					
Media Iklan						
3	Saya merasa media iklan memberikan komunikasi atau aktivitas pemasaran tepat dalam menyampaikan informasi					
4	Saya merasa media iklan memberikan komunikasi atau aktivitas pemasaran yang dapat mempengaruhi agar bersedia menjadi konsumen dan setia pada kartu telkomsel					

5	Iklan yang efektif akan mampu membujuk pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang di iklan kan					
Fungsi Dan Tujuan Iklan						
6	Dengan adanya fungsi dan tujuan iklan kualitas produk untuk menarik sebuah konsumen semakin meningkat					
7	Dengan adanya fungsi dan tujuan sebuah iklan untuk mengingatkan konsumen tentang sebuah produk yang di iklankan tanpa memperdulikan merek pesaing					

Keputusan konsumen (Y)

NO	Keputusan konsumen (Y)	SS	S	RG	TS	STS
		5	4	3	2	1
Keragaman Sebuah Produk						
1	Saya Merasa Puas Dengan Keragaman Sebuah Produk Kartu Telkomsel					
2	Saya Merasa Keinginan Saya Terpenuhi Degan Keragaman Sebuah Produk Kartu Telkomsel					
3	Keragaman Sebuah Produk Melebihi Harapan Sebuah Konsumen					
Melakukan Pembelian Ulang						
4	Dengan Tariff Yang Murah Saya Selalu Ingin Melakukan Pembelian Ulang Kartu Telkomsel					

5	Saya Akan Mencari Tahu Pengalaman Keluarga Dan Teman Yang Telah Melakukan Pembelian Ulang Kartu Telkomsel					
6	Dalam Membeli Sebuah Produk Konsumen Akan Merasa Puas Sehingga Melakukan Pembelian Ulang Pada Kartu Telkomsel					
7	Kualitas Produk Merupakan Mutu Dari Semua Komponen-Komponen Yang Membentuk Produk. Sehingga Konsumen Dapat Bertahan Dengan Kartu Telkomsel					
Memberikan Rekomendasi						
8	Saya Akan Merekomendasikan Kartu Telkomsel Pada Keluarga Dan Teman Teman Saya.					



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI**

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Pada hari ini **Rabu** Tanggal **Empat Belas** Bulan **Agustus** Tahun **Dua Ribu Sembilan Belas** pukul **10.00 Wita** telah diselenggarakan **Ujian Skripsi** bertempat di Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan dinyatakan **LULUS / TIDAK LULUS** dengan predikat **CUKUP / MEMUASKAN / SANGAT MEMUASKAN / CUMLAUDE**, Mahasiswa:

Nama : **AKHMAD MUTA ALI**
 NIM : **21512A0066**
 Jurusan : **Administrasi**
 Program Studi : **Administrasi Bisnis**
 Konsentrasi : **ENTREPRENEUR**
 Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram**
 Judul Skripsi : **"PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN REMAJA DALAM PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL".**

Rekap Nilai dari masing-masing Team Penguji sebagai berikut :

No	Nama Team Penguji Skripsi	Jabatan	IP Yg Diberikan
1	Drs. H. Abdurrahman, MM NIDN. 0804116101	PU	4.0
2	Rishan Adha, S.E., M.E NIDN. 0813078902	PP	3.75
3	Dr. H. Ibrahim Abdullah, M.M NIDN. 0830125501	PN	3.5
TOTAL			11.25

Jumlah IP $\frac{11.25}{3} = 3.75$
 AI IP -----

Jmih Penguji
 Mataram, 14 Agustus 2019

TEAM PENGUJI SKRIPSI

Penguji Utama,	Penguji Pendamping,	Penguji Netral,
Drs. H. Abdurrahman, MM NIDN. 0804116101	Rishan Adha, S.E., M.E NIDN. 0813078902	Dr. H. Ibrahim Abdullah, M.M NIDN. 0830125501



BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **AKHMAD MUTA ALI**
NIM : 21512A0066
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : **"PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN REMAJA DALAM PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL".**

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Methodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	5	15	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,5	7	
8	Konsistensi Bahasan	3	4	12	
9	Bahasa	2	3,5	7	
10	Sikap	2	3,5	7	
Jumlah		25		87,5	

TOTAL BN 87,5 (35)
IP
TOTAL B 25

Mataram, 14 Agustus 2019
Penguji Netral,

Dr. H. Ibrahim Abdullah, M.M
NIDN. 0830125501



BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **AKHMAD MUTA ALI**
NIM : 21512A0066
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : **"PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN REMAJA DALAM PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL".**

KOMPONEN - KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	3.7	7.4	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3.7	7.4	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3.7	7.4	
4	Methodologi	3	3.7	11.1	
5	Penyajian Data	3	3.7	11.1	
6	Analisa Data	4	3.7	14.8	
7	Kesimpulan	2	3.7	7.4	
8	Konsistensi Bahasan	3	3.7	11.1	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25		93.7	

TOTAL BN $93.7 / 25 = 3.75$
IP -----
TOTAL B

Mataram, 14 Agustus 2019
Penguji Pendamping,


Rishat Adha, S.E., M.F.
NIDN 0813078902



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : **AKHMAD MUTA ALI**
NIM : 21512A0066
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : **"PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN REMAJA DALAM PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL".**

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	4	8	
2	Latar Belakang / Alasan	2	4	8	
3	Wawasan Pengetahuan	2	4	8	
4	Methodologi	3	4	12	
5	Penyajian Data	3	4	12	
6	Analisa Data	4	4	16	
7	Kesimpulan	2	4	8	
8	Konsistensi Bahasan	3	4	12	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25			

TOTAL BN
IP
TOTAL B

4

Mataram, 14 Agustus 2019
Penguji Utama,

Dr. H. Abdurrahman, MM
NIDN. 0804116101



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram



Nomor : *666*./II.3.AU/F/VIII/2019 Mataram, *09 Dzulhijjah 1440 H*
Lamp. : 1 (satu) exp. *10 Agustus 2019 M*
Hal : *Mohon Sebagai Penguji Skripsi*

Kepada

Yth. : 1. Bapak / Ibu : Drs. H. Abdurrahman, MM (PU)
2. Bapak / Ibu : Rishan Adha, S.E., M.E (PP)
3. Bapak / Ibu : Dr. H. Ibrahim Abdullah, M.M (PN)

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bersama ini kami sampaikan 1 (satu) exp. Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, mohon dapat diuji :

Hari / Tanggal : Rabu, 14 Agustus 2019
Pukul : 10.00 Wita -- sampai selesai
Tempat : Ruang Ujian Skripsi Fisip UM. Mataram

Adapun Mahasiswa tersebut :

Nama : **AHMAD MUTA ALI**
NIM : 21512A0066
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : **"PENGARUH PESAN IKLAN TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN REMAJA DALAM PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL"**

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wabillahittauq Walhidayah
Wassalamu'alaikum Wr. Wb


Dekan,

Drs. H. M. Juhaidi, M.M.
NIDN.0807066201

Tembusan, disampaikan kepada Yth. :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram di Tempat
2. Arsip.