

KATA PENGANTAR

Ass. Muallaiikum Wr. Wb

Syukur alhamdulillah kita ucapkan kebadizat Allah SWT, karena atas berkat, Rahmat, dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **Pengaruh Periklanan Melalui Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Pada Siswa SMA Negeri 1 Langsa, Kota Langsa**. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar **Sajjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area**.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dengan hati yang tulus dan ikhlas kepada:

1. Bapak Prof. DR. H. Ali Ya'kub Matondang, Sag, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hery Syahrial, SE, Msi, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan sekaligus Ketua sidang meja hijau
4. Bapak Gusn Effendi, SE, Msi, selaku Ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

5. Bapak Agustiono, SE, MMA, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya guna membimbing penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dhian Rosalina, SE, MM, selaku sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area dan sekaligus sekretaris sidang meja hijau.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta staff Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah mengajar dan membantu penulis hingga dapat menyelesaikan perkuliahan.
8. Bapak Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Langsa beserta seluruh Guru dan staff yang telah memberikan izin kepada Penulis untuk melakukan penelitian guna penyusunan skripsi ini.
9. Teristimewa saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada ke dua Orang Tua tercinta Ibunda Hj. Asmawati, Spd, dan Ayahanda Drs. Mahyuddin A. Ubit, MM, yang tak kenal lelah memberikan Kasih Sayang, Cinta serta Materi dalam membesarkan, mendo'akan dan berkorban demi masa depan Ananda dengan tulus dan ikhlas karena ALLAH SWT. Im no one without you bcos you are My Everything, Dan hanya ALLAH SWT lah yang dapat membalas semuanya.
10. For My Lovely Sista Meutia Mahyuddin, ST, Thursina Mahyuddin, S.sos, and My Little Sista Nadya Chairani Thanks A lot For ur time, n all ur help when ups n downs. For My Brother Muhammad Ghaza, S.sos. and Amrun Rizka, Amd. Thanks A lot.

11. Sahabat-sahabat terbaik ku Dezny Sinaga, Tiroy Matondang, Tupa Rustika Manik, Dewi dan Edi, Terimakasih atas semangat, dukungan, dan semua bantuan yang kalian berikan selama ini, dan terima kasih juga kepada semua teman-teman Manajemen angkatan 2008 yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu.
12. Kepada Teman-teman di Kost Berdikari I : Ita, Kak Mita, Shindy, Kak Triya, Kak Neily, Icha, Ajeng, dan Agus. Terima kasih atas Bantuan kalian selama ini.
13. Kepada Teman-teman Alumni SMA Negeri I Langsa, Sity Syahada, dan semua Teman2 Alumni kelas Ipa8 angkatan 2005, terima kasih atas reuni-reuni yg selalu kalian adakan tepat ketika aku liburan.

Akhirnya penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan apabila dalam penulisan ini terdapat kata-kata yang kurang berkenan, penulis mengharapkatl maaf yang sebesar-besarnya, semoga ALLAH SWT senantiasa Meridhoi kita semua.

Amin...

Wassalammu'alaikum Wr.Wb

Medan, 2012

Penulis

(INTAN MERDEKAWATI)

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Intan Merdeka Wati
NPM : 088320037
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : **Pengaruh Periklanan Melalui Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Pada Siswa SMA Negeri 1 Langsa, Kota Langsa**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia bertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi akademik berdasarkan aturan tata tertib di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.



Penulis

Intan Merdeka Wati

Plagiarisme atau sering disebut plagiat adalah penjiplakan atau pengambilan karangan, pendapat, dan sebagainya dari orang lain dan menjadikannya seolah karangan dan pendapat sendiri. Plagiat dapat dianggap sebagai tindak pidana karena melanggar hak cipta orang lain. Di dunia pendidikan, pelaku plagiarisme dapat mendapat hukuman yang berat, seperti dikucurkan dari sekolah/universitas. Pelaku plagiat disebut sebagai plagiat.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
 BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teoritis	7
1. Promosi	7
2. Definisi Periklanan	8
3. Jenis-jenis Periklanan	9
4. Tujuan periklanan	10
5. Iklan yang Efektif	11
6. Evaluasi Efektivitas Iklan	12
7. Keputusan Pembelian	13
8. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	15
9. Menentukan Profil Proses Keputusan Pembelian Pelanggan	22
10. Tahap-tahap dalam Proses Pembelian	23
11. Proses Pemecahan Masalah Dalam Keputusan Pembelian	25
12. Hubungan Periklanan Terhadap Pengambilan Keputusan	26

B. Kerangka Konseptual.....	27
C. Hipotesis	28
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	29
B. Populasi dan Sampel.....	30
C. Definisi Operasional	31
D. Jenis dan Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Teknik Analisis Data	34
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	38
1. Deskripsi Perusahaan	38
2. Usaha-usaha Untuk Meningkatkan Pembelian	45
3. Strategi Promosi yang Dilakukan	48
4. Penyajian data Angket Responden	51
B. Pembahasan	59
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	59
2. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	62
3. Uji Signifikan Parsial (uji t).....	63
4. Koefisien Determinasi (R^2)	63
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan 19
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual 27



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Rincian Waktu Penelitian	30
Tabel 3.2. Instrumen Skala Likert.....	31
Tabel 4.1. Bahasa Iklan Televisi Nokia menuunjukkan Bentuk yang Menarik dan Komunikatif	48
Tabel 4.2. Iklan Televisi Nokia Menggambarkan Ponsel yang memiliki Kualitas yang Baik.....	48
Tabel 4.3. Iklan Televisi Nokia Menggambarkan handphone yang Paling diminati masyarakat	49
Tabel 4.4. Logo Iklan Televisi Nokia Menggambarkan bentuk yang Menarik.....	49
Tabel 4.5. Iklan Televisi Nokia Menarik dan dapat dimengerti	50
Tabel 4.6. Iklan Televisi Nokia dapat diingat dengan mudah	50
Tabel 4.7. Bintang Iklan Televisi Nokia menyenangkan.....	51
Tabel 4.8. Nokia Membuat anda lebih percaya diri bila Menggunakannya.....	51
Tabel 4.9. Nokia membuat anda tertarik menggunakannya	52
Tabel 4.10. Nokia mudah dijangkau dari segi harga	52
Tabel 4.11. Nokia mempunyai aplikasi yang canggih.....	53
Tabel 4.12. Nokia mempunyai bentuk yang sesuai dengan Keinginan remaja saat ini	53
Table 4.13. Nokia merupakan salah satu produk merek terkenal	54

Tabel 4.14. Nokia mudah didapat diberbagai daerah	54
Tabel 4.15. Item Total Statistics	56
Tabel 4.16. Validitas Instrumen	57
Tabel 4.17. Reliability Statistics	57
Tabel 4.18. Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.19. Uji Signifikan Parsial (uji t).....	59
Tabel 4.20. Koefisien Determinasi	60

