

ANALISIS MEDIA IKLAN TELEVISI, *CELEBRITY ENDORSER* DAN PREFERENSI KONSUMEN PADA PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT (Survei Pada Mahasiswa Program S1 Jurusan Periklanan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo Angkatan 2009)

**ABANG GERRY
8215109140**



Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2013**

***ANALYSIS OF TELEVISION ADVERTISING MEDIA,
CELEBRITY ENDORSER AND AND CONSUMER
PREFERENCES IN THE PEPSODENT TOOTHPASTE
PRODUCT (Survey on Students of Majoring Programe Advertising
Communication Science Faculty University of Prof. Dr Moestopo
class 2009)***

**ABANG GERRY
8215109140**

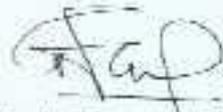


**Skripsi is Writen as Part Of Bachelor Degrees in Economics
Accomplishment**

**Study Programe Of S1 Management
Departement Of Management
Faculty Of economic
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2013**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus.

NIP: 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Agung Wahyu Handaru, ST, MM</u> NIP: 19781127 200604 1 001	Ketua		23-07-2013
2. <u>Dra. Hastuti Sa'idani, M.Si</u> NIP: 19630416700604 2 001	Sekretaris		23-07-2013
3. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP: 19720617199903 1001	Penguji Ahli		24-07-2013
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP: 197206272006041001	Pembimbing I		23-07-2013
5. <u>Agung Kresnamurti RP, ST, MM</u> NIP: 197404167006041001	Pembimbing II		23-07-2013

Tanggal Lulus:

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2013

Yang membuat pernyataan

Yudha Setiawan Pratama

No.Reg. 8215082817

ABSTRAK

Abang Gerry, 2013; Analisis Pengaruh Media Iklan Teelevisi dan Celebrity Endorser Terhadap Preferensi Konsumen Pada Produk Pasta Gigi Pepsodent Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Mohamad Rizan, SE., MM. & Agung Kresnamurti. R.P. ST. MM

Perkembangan iklan khususnya di Indonesia semakin hari semakin menarik perhatian masyarakat dengan menggunakan berbagai media salah satunya media televisi perusahaan dapat langsung mengiklankan produknya, dengan berkembangnya dunia periklanan tersebut diperlukan strategi periklanan yang mampu menciptakan preferensi konsumen, salah satu strategi yang dapat digunakan adalah menggunakan *celebrity endorser*/ Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mendapatkan deskripsi tentang media iklan televisi dan *celebrity endorser* dan preferensi konsumen pada produk pasta gigi Pepsodent. 2) Untuk menganalisis pengaruh iklan televisi terhadap preferensi konsumen pada produk pasta gigi Pepsodent. 3) Untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser* terhadap preferensi konsumen pada pasta gigi Pepsodent. 4) Untuk menganalisis pengaruh *celebrity endorser* terhadap media iklan televisi pada produk pasta gigi Pepsodent. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif,. Penelitian dilakukan dengan terhadap 135 orang mahasiswa sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner, yang kemudian diolah menggunakan SPSS, Hasil analisis menunjukkan bahwa 1) Media iklan televisi berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen dengan Nilai t hitung pada variabel media iklan televisi (X_1) adalah sebesar 10,823 dengan tingkat signifikansi 0,000. 2) *Celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen/ dengan Nilai t hitung pada variabel *celebrity endroser* (X_2) adalah sebesar 7,656 dengan tingkat signifikansi 0,000; 3) *celebrity endorser* berpengaruh positif dan signifikan terhadap media iklan televise dengan Nilai t hitung pada variabel *celebrity endroser* (X_2) adalah sebesar 9.850 dengan tingkat signifikansi 0,000. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa untuk menciptakan dan mempertahankan, preferensi konsumen pada produk pasta gigi Pepsodent perlu memperhatikan faktor-faktor seperti media iklan televisi dan *celebrity endorser* karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi tingkat preferensi konsumen terhadap suatu produk.

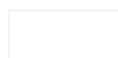
Kata kunci: Media Iklan Televisi, *Celebrity endorser*, Preferensi Konsumen

ABSTRACT

Abang Gerry, 2013; *Analysis Effect of Media Advertising and Celebrity endorsers Teelevisi Against Consumer Preferences In Concentration Pepsodent Toothpaste Product Marketing Management, Program Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Team Advisor: Dr. Mohamad Rizan, SE., MM. & Agung Kresnamurti. R.P. ST. MM*

Advertising especially in Indonesia are increasingly attracted the attention of the public by using one of a variety of television media companies can directly advertise their products, with the development of the advertising world is necessary advertising strategies able to create consumer preference, one strategy that can be used is to use celebrity endorser / objectives of this research are: 1) To get a description of television advertising media and celebrity endorser and consumer preferences in product Pepsodent toothpaste. 2) To analyze the effect of television advertising on consumer preferences in toothpaste products Pepsodent. 3) To analyze the effect of celebrity endorsers on consumer preferences on Pepsodent toothpaste. 4) To analyze the relationship between celebrity endorser for television advertising media on Pepsodent toothpaste products. The analysis conducted in this study is a quantitative analysis,. Research carried out by the 135 students, While the data collection techniques by disseminating the questionnaire, which is then processed using SPSS, results showed that television advertising media has positive and significant consumer terhadap preferensi, and celebrity endorser has positive and significant impact on consumer preferences and celebrity endorser has positive and significant impact on consumer preferences. These findings indicate that in order to create and maintain customer preferences on products Pepsodent toothpaste should consider factors such as television advertising media and celebrity endorser because those factors shown to affect the level of consumer preference towards a produk.a

Keywords: Advertising Media Television, Celebrity Endorser, Consumer Preferences



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Analisis Pengaruh Media Iklan Teelevisi dan Celebrity Endorser Terhadap Preferensi Konsumen Pada Produk Pasta Gigi Pepsodent (Survei Pada Mahasiswa Program S1 Jurusan Periklanan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo Angkatan 2009) . Skripsi ini disusun oleh peneliti dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

Skripsi ini mungkin tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM., selaku dosen pembimbing skripsi.
2. Agung Kresnamurti. R.P. ST. MM., selaku dosen pembimbing skripsi.
3. Drs Dedi Purwana ES M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNJ.
4. Dr. Hamidah SE. M.Si ., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.
5. Agung Wahyu Handaru., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNJ yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.
7. Untuk Staf Administrasi Jurusan Manajemen mbak Fitri Khanasa yang sangat membantu mahasiswa mengurus administrasi dari awal sampai lulus kuliah.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu peneliti menerima saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para peneliti maupun pembaca.

Jakarta, Juli 2013

Peneliti