

**PENGARUH IKLAN DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU AS DARI TELKOMSEL
(SURVEI: BANK BUKOPIN CABANG S.PARMAN)**

**DEWI RANI
8215099324**



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

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

**THE INFLUENCE OF ADVERTISING RAISED ON TELEVISION AND
BRAND AWARENESS FOR PURCHASING DECISION AS CARD FROM
TELKOMSEL (SURVEY AT EMPLOYES OF BANK BUKOPIN BRANCH
S.PARMAN)**

**DEWI RANI
8215099324**



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

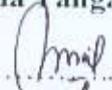
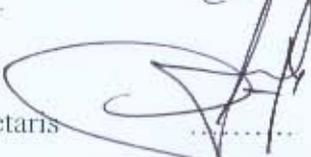
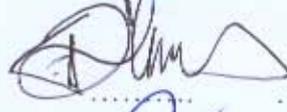
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Nurahma Hajat, M.Si
NIP. 195310021985032001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Umi Mardiyati M.Si</u> NIP. 195702211985032002	Ketua		19/08
2. <u>Agung Kresnamurti, ST, MM</u> NIP: 197404162006041001	Sekretaris		19/08
3. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP: 197206171999031001	Penguji Ahli	
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE,MM</u> NIP: 197206272006041001	Pembimbing I	
5. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP: 196301191992032001	Pembimbing II		19/08

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 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 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 2012

Yang membuat pernyataan



Dewi Rani

No Reg. 8215099324

ABSTRAK

Dewi Rani 8215099324. Pengaruh Iklan di Televisi dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Kartu AS dari Telkomsel (Survei: Pegawai Bank Bukopin Cabang S.Parman). Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juli 2012.

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan tentang iklan dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian kartu AS dari Telkomsel, mengukur pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian dan mengukur pengaruh *Brand Awareness* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif dan kausal. Sampel peneliti ini adalah pegawai Bank Bukopin cabang S.Parman sebanyak 110 responden. Kegiatan promosi yang diterapkan oleh Kartu AS dari Telkomsel salah satunya adalah iklan melalui media televisi. Iklan yang dibuat kartu AS di kemas semenarik mungkin dan mengundang tawa penonton. *Brand awareness* kartu AS bertujuan untuk menanamkan merek didalam benak konsumen. Hasil pengujian hipotesis penelitian ini melalui uji t menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel iklan terhadap keputusan pembelian, adanya pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian, sedangkan uji F menunjukkan bahwa iklan dan *brand awareness* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dari penelitian ini menunjukkan persentase pada variabel iklan dan variabel *brand awareness* terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 42,3% (R^2). Sedangkan sisanya 58.7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata kunci: Iklan, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Dewi Rani 8215099324. Pengaruh Iklan dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Kartu AS dari Telkomsel (survei; Pegawai Bank Bukopin Cabang S.Parman). Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juli 2012.

The purpose of this study is to describe clearly about advertising, and Brand Awareness, to purchasing decisions PT.Telkomsel. measuring the impact of advertising on purchase decisions and measure the effect of brand awareness to purchase decision. This study used descriptive and causal. Sample of this research is a employees Bukopin branch S.Parman total of 110 respondents. Promotion activities implemented by the U.S. card from Telkomsel one of which is advertising on television. Ads created in the AS card pack as interesting as possible and invite the audience laugh. AS card brand awareness to inculcate brand aims in the minds of consumers. Results of hypothesis testing through t test shows the influence of advertising variable to variable purchase decision, the effect brand awareness variable to the purchasing decision, while F test show advertising and brand awareness jointly influence to the purchasing decisions. From these studies show that the percentage contribution to the influence of variable advertising and brand awareness to the variable purchase decisions by 42.3% (R^2). The remaining 57.7% is influenced or explained by other variables not included in this research model.

Key word: Advertising, Brand Awareness, Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT, dengan segala rahmat, hidayah, dan innayah dan karunia-Nya serta dukungan dari berbagai pihak sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Iklan di Televisi dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Kartu AS dari Telkomsel (Survey: Pegawai Bank Bukopin Cabang S.Parman)". Skripsi ini peneliti buat berdasarkan hasil penelitian. Skripsi ini dibuat oleh peneliti dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Dengan berbagai kesulitan yang peneliti hadapi dalam penulisan skripsi ini, berkat bantuan dari segala pihak, baik secara moral maupun sepiritual, sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan terutama pada hal kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Banyak pihak yang telah dengan tulus ikhlas memberikan bantuan, baik itu melalui kata-kata ataupun nasehat serta semangat untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih disertai penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr Mohammad Rizan, SE., MM., selaku dosen pembimbing skripsi.
2. Dra Basrah Saidani.Msi., selaku dosen pembimbing skripsi.
3. Dra. Nurahma Hajat, M.S1., selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNJ.
4. Agung Wahyu Handaru, ST, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.
5. Dra. Umi Mardiyati, M.Si, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen FE UNJ.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan bantuan materi dan semangat bagi peneliti.
7. Teman-teman S1 Manajemen Alih Program 2009.
8. Para responden dalam penelitian ini yang telah mengisi kuesioner.

Hanya do'a yang penulis panjatkan semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan. Wassalamu'alaikum wr.wb.

Jakarta, Juli 2012

Dewi Rani