

**ANALISIS PENGARUH MEDIA PROMOSI PAMFLET,  
SELEBARAN, PAPAN IKLAN, SPANDUK TERHADAP  
PERILAKU KONSUMEN DI TOKO DOORSTECH  
DI PABELAN, KARTASURA**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

*Oleh :*

**ARIE SATRIYO AJI**

B.100.030.198

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2007**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca usulan penelitian dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH MEDIA PROMOSI PAMFLET,  
SELEBARAN, PAPAN IKLAN, SPANDUK TERHADAP  
PERILAKU KONSUMEN DI TOKO DOORSTECH  
DI PABELAN, KARTASURA**

Yang ditulis oleh :

Nama : Arie Satriyo Aji

NIM : B 100 030 198

Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen

Penandatanganan berpendapat bahwa usulan penelitian tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima :

Surakarta, ..... 2007

Pembimbing Utama

(Drs. H. Ma'ruf, MM)

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Drs. H. Syamsudin, MM)

## **HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI**

## MOTTO

*Dan bahwasanya seseorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah dia usahakannya. Dan bahwasannya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepada-Nya).*

*(QS. An Najm : 30-40)*

*Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), maka kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.*

*(Al-Insyirah :7)*

## PERSEMBAHAN

*Kupersembahkan karya ini untuk:*

- 1. Bapak dan Ibunda, hormatku padanya yang telah memberikan segalanya yang telah tak mungkin mampu terbalas.*
- 2. Kakak dan adikku yang kusayangi, terima kasih yang telah turut memberi semangat bagiku.*
- 3. Seseorang yang kelak menjadi pendampingku dalam mengarungi bahtera kehidupan.*
- 4. Teman-teman seperjuanganku.*
- 5. Almamaterku tercinta.*

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dengan memuji syukur alhamdulillah kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah serta karuniaNya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: ANALISIS PENGARUH MEDIA PROMOSI PAMFLET, SELEBARAN, PAPAN IKLAN, SPANDUK TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI TOKO DOORSTECH DI PABELAN, KARTASURA”, sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Managemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang tulus penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Drs. H. Syamsudin, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM, selaku ketua jurusan Manajemen yang telah memberi ijin dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. H. Ma'ruf, MM, selaku Pembimbing Utama yang penuh kesabaran memberikan petunjuk dan pengarahan sehingga skripsi ini bisa selesai.
4. Bapak dan Ibuku yang selalu berdo'a, memberikan kasih sayang, motivasi, dan memenuhi segala sarana yang dibutuhkan hingga terselesaikan skripsi ini.

5. Kakak dan adikku yang selalu membuatku termotivasi sehingga skripsi ini bisa terselesaikan, *I love you all!!*
6. Bapak/Ibu responden di Toko Doorstech di Pabelan, Kartasura, yang telah memberikan jawaban kuesionernya untuk penyusunan skripsi ini.
7. Seseorang yang telah memberikan nasihat, motivasi, saran serta solusi dan mengajarku untuk selalu mencintai dan berjuang menghadapi kenyataan hidup yang keras yang bukan hanya bersifat hitam dan putih. Terima kasih atas segala dukungan, pengorbanan, waktu dan do'anya.
8. Teman-temanku semua Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan 2003 maupun di kelas-kelas lain, makasih atas dukungan kekompakannya, serta kenangan indah yang tak terlupakan.
9. Semua pihak yang telah membantuku yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu saran dan masukan sangat penulis hargai. Dan akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Surakarta, ..... 2007

Penulis.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
ABSTRAKSI .....	xii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Sistematika Skripsi .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Manajemen Pemasaran .....	7
B. Perilaku Konsumen .....	10
C. Promosi .....	29

	D. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	35
	E. Perumusan Hipotesis .....	36
BAB	III METODE PENELITIAN	
	A. Kerangka Pemikiran.....	38
	B. Populasi, Sampel, dan Sampling .....	39
	C. Data dan Sumber Data .....	41
	D. Teknik Pengumpulan Data .....	42
	E. Teknik Analisis Data .....	42
BAB	IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Toko Doorstech .....	49
	B. Analisis Data dan Pembahasan .....	56
BAB	V PENUTUP	
	A. Simpulan .....	69
	B. Keterbatasan Penelitian .....	70
	C. Saran-saran .....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar III.1. Kerangka Pemikiran .....	38
Gambar IV.1. Struktur Organisasi Toko Doorstech .....	51

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....	56
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis kelamin .....	57
Tabel 4.3 Klasifikasi responden berdasarkan Tingkat pendidikan .....	57
Tabel 4.4 Rekapitulasi Uji Validitas Kuesioner per Variabel .....	58
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas .....	59

## ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui pengaruh media promosi: pamflet, selebaran, papan iklan, spanduk yang digunakan oleh toko doorstech terhadap perilaku konsumen di toko Doorstech; 2) Untuk mengetahui pengaruh media promosi paling dominan terhadap perilaku konsumen di toko doorstech.

Hipotesis dalam penelitian ini: “Diduga media promosi: pamflet, selebaran, dan papan iklan berpengaruh terhadap perilaku konsumen di toko doorstech, serta diduga media promosi pada papan iklan paling berpengaruh pada perilaku konsumen di toko Doorstech”. Adapun alat analisis yang digunakan adalah: uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, uji t, uji F, dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di toko Dorstech yang berada di Kalurahan Pabelan Kartasura. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 96,04 responden yang dibulatkan menjadi 100 responden.

Berdasarkan analisis data maka dapat disimpulkan : **1)** Berdasarkan analisis regresi diketahui bahwa ternyata terdapat pengaruh yang positif antara media promosi berupa pamflet, selebaran, papan iklan, dan spanduk terhadap perilaku konsumen di Toko Doorstech Pabelan, Kartasura; **2)** Hasil pengujian hipotesis dengan uji t, diketahui nilai  $t_{hitung}$  variabel pamflet ( $X_1$ ) sebesar 4,028 dan nilai  $t_{signifikan}$  sebesar 0,000 ( $t_{sig} < 0,05$ ), sehingga terbukti variabel pamflet berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen. Untuk variabel selebaran ( $X_2$ ) sebesar 2,221 dengan nilai  $t_{sig}$  sebesar 0,029 ( $t_{sig} < 0,05$ ), sehingga terbukti variabel selebaran berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen. Variabel papan iklan ( $X_3$ ) sebesar 2,265 atau nilai  $t_{sig}$  sebesar 0,026 ( $t_{sign} < 0,05$ ), sehingga terbukti variabel papan iklan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen. Variabel spanduk ( $X_4$ ) sebesar 2,095  $> t_{tabel} = 1,96$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ), atau nilai  $t_{sign}$  sebesar 0,039 ( $t_{sign} < 0,05$ ), sehingga terbukti variabel spanduk berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen; **3)** Hasil pengujian hipotesis diketahui juga bahwa dengan *level of significant* sebesar 0,05, diperoleh  $F_{hitung} = 15,261$ .  $F_{tabel}$  sebesar  $0,05 ; 5 ; 100 - 4 - 1 = 2,29$  ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ), atau terlihat nilai probabilitas 0,000. Dengan demikian terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara media promosi dengan pamflet ( $X_1$ ), selebaran ( $X_2$ ), papan iklan ( $X_3$ ), dan spanduk ( $X_4$ ) secara bersama-sama terhadap perilaku konsumen ( $Y$ ); **4)** Berdasarkan analisis dengan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai sebesar 0,391, artinya bahwa 39,10% variasi variabel perilaku konsumen dapat dijelaskan oleh variasi variabel media promosi dengan pamflet ( $X_1$ ), selebaran ( $X_2$ ), papan iklan ( $X_3$ ), dan spanduk ( $X_4$ ) sedangkan sisanya yaitu 60,90% tidak dapat dijelaskan. Dengan kata lain pengaruh media promosi dengan pamflet ( $X_1$ ), selebaran ( $X_2$ ), papan iklan ( $X_3$ ), dan spanduk ( $X_4$ ) terhadap perilaku konsumen adalah 39,10 dan sisanya ( $100\% - 39,10\% = 60,90\%$ ) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak diteliti, misalnya penetapan harga, distribusi, dan lain sebagainya.

**Key Work:** Media promosi, pamflet, selebaran, papan iklan, spanduk, perilaku konsumen.

Surakarta, ..... 2006

Pembimbing II

Pembimbing I

(Drs. Wiyadi, MM)

(Ikhwan Susilo, SE)

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi

(Drs. H. Syamsudin, MM)