

**ANALISIS WAKTU PENAYANGAN, PESAN IKLAN DAN IKLAN  
TELIVISI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

**AAN SETYAWAN**  
**B 100 100 231**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2014**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS WAKTU PENAYANGAN IKLAN, PESAN IKLAN, DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN.**

Yang disusun oleh :

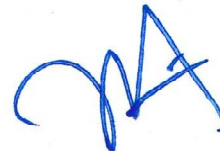
**Aan Setyawan**

**B 100 100 231**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Juli 2014

Pembimbing Utama



**(Ahmad Mardalis, SE., MBA)**

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Muhammadiyah Surakarta**



  
**(Dr. H. Triyono, SE, M.Si.)**

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

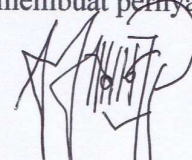
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **AAN SETYAWAN**  
.....  
NIRM : **10.6.106.0201416.500231**  
.....  
Jurusan : **EKONOMI MANAJEMEN**  
.....  
Judul Skripsi : **ANALISIS WAKTU PENAYANGAN IKLAN, PESAN  
IKLAN, DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN**  
.....  
.....

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini .....  
merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-  
ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian  
hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka  
saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan  
ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya  
terima.

Surakarta, **Juli 2014**

Yang membuat pernyataan,



**AAN SETYAWAN**

## **MOTTO**

*Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila telah selesai (segala urusan), maka kerjakanlah (urusan yang lain) dengan sungguh-sungguh*

(Q.S Al Insyirah : 6-7).

*Esensi menjadi manusia adalah ketika seseorang tidak mencari kesempurnaan*

(George Orwell-Novelis)

*Yang baik bagi orang lain adalah selalu yang betul-betul membahagiakannya.*

(Aristoteles)

*Setiap permasalahan pasti ada jalan keluarnya.*

(Penulis)

## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini spesial untuk:

- Ibuku, Ibuku, Ibuku dan Ayah tercinta serta adik-adikku yang telah memberikan kasih sayang, pengorbanan dan motivasi yang tiada henti-hentinya.
- Bapak/Ibu dosen, yang telah membimbing
- Rekan-rekan pengurus dan alumni LPM Balans semoga sukses selalu
- Rekan-rekanku Manajemen angkatan 2010 semoga sukses
- Sahabat-sahabatku Team Tugu Luwak sekalian
- Pemuda jokam kelompok Bulu Selatan
- Almamaterku tercinta.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS WAKTU PENAYANGAN, PESAN IKLAN, DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN.**

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Anton Agus S, SE., M. Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Sutarto, MM, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh studi.
4. Bapak Ahmad Mardalis, SE., MBA, selaku pembimbing dari skripsi ini yang dengan sabar membimbing dan memberi arahan kepada penulis.

5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Ibu dan ayah serta adikku tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan.
7. Seluruh Team Tugu Luwak (Raden Mas Fauzi, Yogi kacang, Nita Acil, Bapak Tani Anton Imut, Nyonya Widya, Joko wawan, Hidung Basuki, Dipta, dan Hendri) dengan ini penulis membuktikan bahwa penulis mampu menyelesaikan studinya. Terima kasih untuk semua dorongan baik spiritual dan material yang telah diberikan kepada penulis.
8. Temanku Aulia yang selalu membantu mengerjakan skripsi walau hanya sebentar. Semoga sukses selalu.
9. Semua teman-temanku di keluarga besar LPM Balans FEB UMS, terima kasih atas semangatnya. Semoga LPM Balans semakin maju. Salam.... Media.....!!!
10. Muda-mudi jokam kelompok Bulu Selatan semoga tambah semangat dalam mencari ilmu dunia dan akhiratnya.
11. Temanku Andhika Tegar terimakasih kadang numpang di kost, semoga sukses.
12. Temanku Mas thony dan EL, terimakasih dan sukses selalu.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Surakarta, Juli 2014

Penulis

Aan Setyawan.



## 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 .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori .....	7
B. Kerangka Pikiran .....	11
C. Hipotesis.....	12

D. Penelitian Terdahulu .....	13
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	14
B. Data dan Sumber Data.....	14
C. Populasi, Sampel, dan teknik Sampling.....	14
D. Metode Pengumpulan Data .....	17
E. Definisi Operasional Variabel .....	18
F. Pengukuran Variabel Penelitian.....	18
G. Metode Analisis Data.....	19
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Responden.....	26
B. Metode Analisis Data .....	27
C. Pembahasan .....	38
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	41
B. Keterbatasan Penelitian.....	42
C. Saran.....	42

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Hasil Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
Tabel 4.2 Hasil Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menempuh Pendidikan .....	27
Tabel 4.3 Rangkuan Hasil uji Validitas .....	28
Tabel 4.4 Rangkuan Hasil Uji Reliabilitas.....	29
Tabel 4.5 Rangkuman Hasil Uji Normalitas .....	30
Tabel 4.6 Rangkuman Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	30

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	12

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner penelitian
2. Tabulasi Data
3. Uji Reliabilitas
4. Uji Validitas
5. Uji Normalitas
6. Uji Regresi
7. Tabel r
8. Tabel t
9. Tabel F

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara waktu penayangan iklan dan pesan di televisi terhadap minat beli konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berjumlah 79 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan *purposive sampling* dan *non probability sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji normalitas dan uji analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Dalam penelitian ini data memenuhi untuk berdistribusi normal. Dari uji hipotesis didapatkan hasil bahwa waktu penayangan iklan dan pesan iklan memiliki pengaruh yang signifikan dengan t hitung masing-masing sebesar 2,437 dan 2,647 sedangkan variabel iklan televisi tidak memiliki pengaruh yang signifikan dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 1,758. Pada uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel waktu penayangan iklan, pesan iklan, dan iklan televisi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 40,3%.

***Kata kunci:*** waktu penayangan, pesan iklan, iklan televisi, dan minat beli