

PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA *ONLINE SHOP* TOKOPEDIA

(Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

SKRIPSI

Oleh:

TONO HARTONO

201410325077



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Televisi dan *Word of Mouth*
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada *Online Shop* Tokopedia. (Survei pada Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Nama : Tono Hartono

NPM : 201410325077

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Skripsi : 14 Juli 2018

Bekasi, 14 Juli 2018

MENYETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II


M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIP 1602212


Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc.
NIP 031806082

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Televisi dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada *Online Shop* Tokopedia (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Nama Mahasiswa : Tono Hartono

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410325077

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 14 Juli 2018

Bekasi, 14 Juli 2018

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Neng Siti Komariah, S.E., M.M
NIP 0801124

Penguji I : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIP 1602212

Penguji II : Hadita, S.Pd., M.M
NIP 031606048

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M
NIP 1602212

Dekan
Fakultas Ekonomi



Dr. Rorim Panday, M.M., M.T
NIP 1508228

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan Televisi dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk pada *Online Shop* Tokopedia” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 14 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Tono Hartono
201410325077

ABSTRAK

Tono Hartono. 201410325077. Pengaruh Iklan Televisi dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian produk pada *online shop* Tokopedia (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Penelitian ini berkenaan tentang fenomena yang terjadi pada era digital seperti saat ini, yang mana sebagian besar kegiatan jual beli dilakukan dengan cara *online*. Tokopedia merupakan objek penelitian dalam penelitian ini, sedangkan yang diteliti adalah iklan televisi dan *word of mouth* pada Tokopedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah iklan televisi dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada *online shop* Tokopedia. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan untuk mengolah data dengan menggunakan program SPSS versi 22. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Sampel penelitian ini adalah 95 mahasiswa yang diambil dengan teknik penarikan sampel probabilitas. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Iklan Televisi dan *Word of Mouth* dengan nilai R^2 0,348. Uji F menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Iklan Televisi dan *Word of Mouth* dengan nilai F_{hitung} sebesar 24,605 dengan tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan uji t, Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Iklan Televisi dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,315 dan tingkat signifikansi 0,001, sedangkan t_{hitung} untuk *Word of Mouth* sebesar 5,052 dengan tingkat signifikansi 0,000.

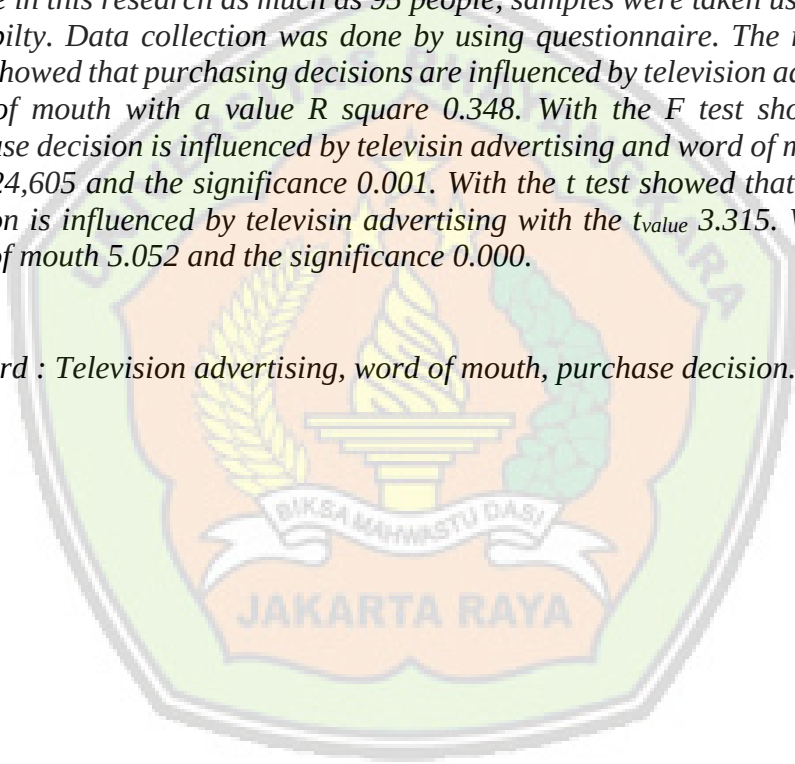
Kata kunci : Iklan televisi, *word of mouth*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Tono Hartono. 201410325077. *The Influence of Television Advertising and Word of Mouth on Purchase Decision of the Product on Tokopedia Online Shop (Survei on college student Faculty of Economic Bhayangkara Jakarta Raya University).*

This study concerns the phenomenon that occurred in the digital era as it is today. Tokopedia is the object of research in this study. While studied is the television advertising and word of mouth on Tokopedia. This study aims to determine whether the television advertising and word of mouth affect the purchase decision of the product on Tokopedia online shop. This study uses multiple linear analysis, and to process data, using SPSS version 22. The population used is college student Faculty of Economic Bhayangkara Jakarta Raya University. Sample in this research as much as 95 people, samples were taken using technique probability. Data collection was done by using questionnaire. The results of this study showed that purchasing decisions are influenced by television advertising and word of mouth with a value R square 0.348. With the F test showed that the purchase decision is influenced by television advertising and word of mouth with the F_{value} 24,605 and the significance 0.001. With the t test showed that the purchase decision is influenced by television advertising with the t_{value} 3.315. While t_{value} on word of mouth 5.052 and the significance 0.000.

Keyword : *Television advertising, word of mouth, purchase decision.*



KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat ALLAH SWT atas rahmat dan ridho-Nya, karena tanpa-Nya tidak ada suatu pemikiran dan kegiatan yang dapat terlaksana. Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Iklan Televisi dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Online Shop Tokopedia** (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” dengan lancar.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun faktor kealpaan penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati akan menerima segala kritik dan saran yang berkaitan untuk perbaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Dr. Rorim Panday, M.M., M.T.
3. Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
4. Pembimbing 1 M. Fadhli Nursal, S.E., M.M dan pembimbing 2 Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc.
5. Ayah dan ibu yang selalu memberi dukungan dan doa di setiap sujudnya.
6. Kakak, adik, keluarga, dan sahabat tercinta yang jauh di sana, yang selalu berdoa untuk saya.
7. Dan pihak lain yang selalu mendukung dan memberi semangat yang namanya tak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat meskipun masih banyak kekurangan di dalamnya. Segala kritik dan saran akan diterima dengan senang hati untuk membantu dalam kemajuan penulis pribadi.

Bekasi, 14 Juli 2018

Tono Hartono

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	4
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Akademis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	5
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Keputusan Pembelian	7
2.1.1 Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	8
2.1.2 Peran dan Struktur dalam Pembelian	8
2.1.3 Tahap-tahap dalam proses Keputusan Pembelian.....	10
2.2 Iklan.....	12
2.2.1 Komponen-komponen Iklan	13
2.2.2 Tujuan Periklanan dari Sudut Pandang Perusahaan	13
2.2.3 Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	14
2.2.4 Iklan Televisi dan Bentuk-Bentuk Iklan Televisi	15
2.2.5 Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	16

	Halaman
2.3 Word of Mouth	18
2.3.1 Efek Word of Mouth Marketing.....	19
2.3.2 Tahapan Word of Mouth Mempengaruhi Keputusan Konsumen	20
2.4 Penelitian Terdahulu	21
2.5 Kerangka Pemikiran	24
2.6 Hipotesis Penelitian	27
2.7 Pengembangan Hipotesis	27
2.7.1 Pengaruh Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian	26
2.7.2 Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian	26
2.7.3 Pengaruh Iklan Televisi dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Tahapan Penelitian	28
3.3 Model Konseptual	29
3.4 Definisi Operasional Variabel	29
3.5 Jenis dan Sumber Data	30
3.6 Populasi dan Sampel	30
3.7 Teknik Pengumpulan Data	32
3.7.1 Kuesioner	32
3.7.2 Studi Lapangan	32
3.8 Metode Analisis Data	33
3.8.1 Uji Validitas	33
3.8.2 Uji Reliabilitas	33
3.9 Uji Asumsi Klasik	35
3.10 Analisis Regresi Linear Sederhana	36
3.11 Analisis Regresi Linear Berganda	37
3.12 Uji Koefisien Determinasi	37
3.13 Uji Hipotesis	38
3.13.1 Uji Simultan (Uji F)	38
3.13.2 Uji Parsial (Uji t)	38

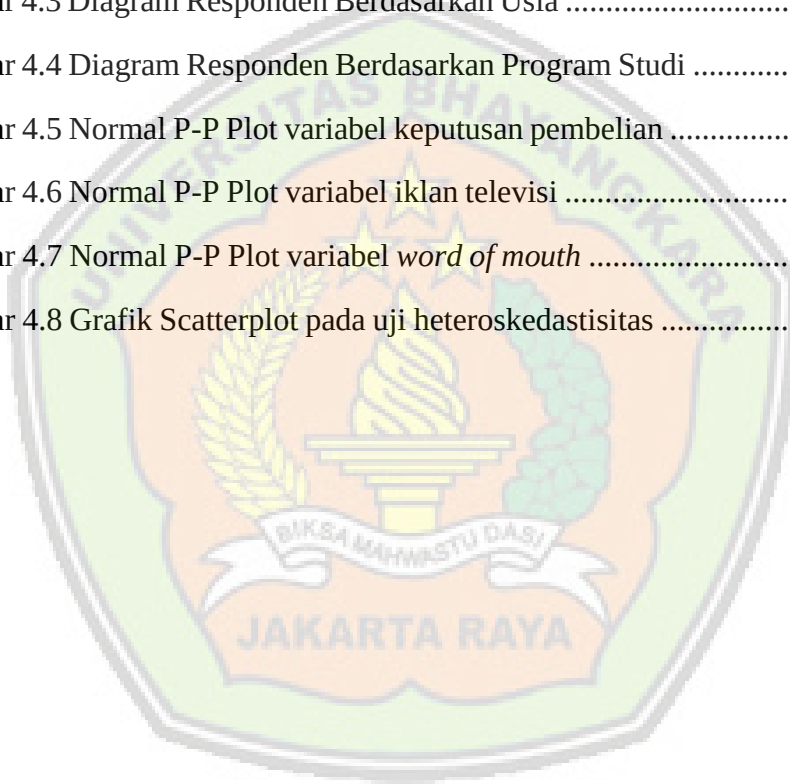
	Halaman
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.2 Karakteristik Responden	41
4.2 Metode Analisis Data	43
4.2.1 Uji Validitas	43
4.2.2 Uji Reliabilitas	46
4.3 Uji Asumsi Klasik	47
4.3.1 Uji Normalitas	47
4.3.2 Uji Multikolinearitas	50
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	51
4.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	52
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.6 Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	55
4.7 Uji Hipotesis	55
4.7.1 Uji Simultan (Uji F)	55
4.7.2 Uji Parsial (Uji t)	56
4.8 Pembahasan	58
4.9 Hambatan Penelitian	60
BAB V PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Implikasi Manajerial	61
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Jumlah Populasi	30
Tabel 3.2 Skor peringkat	32
Tabel 3.3. Interpretasi kekuatan hubungan antar-variabel	36
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3. Responden Berdasarkan Program Studi	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Iklan Televisi (X ₁)	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i> (X ₂)	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Iklan Televisi (X ₁)	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas <i>Word of Mouth</i> (X ₂)	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.12. Hasil Analisis Regresi Sederhana variabel Iklan Televisi	52
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Sederhana variabel <i>Word of Mouth</i>	53
Tabel 4.14. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.15 Model Summary (Koefisien Determinasi R ²)	55
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji Simultan	55
Tabel 4.17 Uji t (Parsial)	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Aplikasi Mobile Shopping paling Populer di Google Play	2
Gambar 1.2 Aplikasi Mobile Shopping paling Populer di iOS Store	2
Gambar 2.1. Model tahap-tahap pembelian	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1. Sturktur Organisasi Tokopedia	40
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Usia	42
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Program Studi	43
Gambar 4.5 Normal P-P Plot variabel keputusan pembelian	49
Gambar 4.6 Normal P-P Plot variabel iklan televisi	49
Gambar 4.7 Normal P-P Plot variabel <i>word of mouth</i>	50
Gambar 4.8 Grafik Scatterplot pada uji heteroskedastisitas	52



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Kuesioner
- Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 3. Tabel Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4. Tabel Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5. Tabel dan Gambar Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6. Tabel Hasil Uji Statistik Lainnya
- Lampiran 7. Uji Referensi
- Lampiran 8. Kartu Bimbingan
- Lampiran 9. Dokumentasi
- Lampiran 10. Tabel Distribusi t , F , dan r
- Lampiran 11. Daftar Riwayat Hidup

