

**PENGARUH IKLAN WARDAH DI TELEVISI
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWI EKONOMI SYARI'AH STAIN KEDIRI
UNTUK MEMBELI**

SKRIPSI

Diajukan

Ditulis untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.EI)



Disusun Oleh:

Aini Himmatul Ulya
(931307911)

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
STAIN KEDIRI
2016**

Halaman Persetujuan

**PENGARUH IKLAN WARDAH DI TELEVISI
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWI EKONOMI SYARI'AH STAIN KEDIRI
UNTUK MEMBELI**

**AINI HIMMATUL ULYA
NIM. 9.313.079.11**

Disetujuoleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ropangi, S. Ag. M. Pd
NIP. 19720626 199903 1 002

Sri AnugrahNatalina, SE. MM
NIP. 19771225 200901 2 006

NOTA KONSULTAN

Nomor :

Kediri, 12 April 2016

Lamp : 4 (empat) berkas

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Bapak Ketua Sekolah Tinggi
Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri
Di Jl. Sunan Ampel07 – Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Ketua untuk membimbing
penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : AINI HIMMATUL ULYA
NIM : 9313.079.11
Judul : PENGARUH IKLAN WARDAH DI TELEVISI
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWI EKONOMI
SYARI'AH STAIN KEDIRI UNTUK MEMBELI.

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat
bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian
tingkat akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan
harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak / Ibu kami ucapan
terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr.RopingiS.Ag. M.Pd
NIP. 1920626 199903 1 002

Sri AnugrahNatalina, SE, MM
NIP. 197712252009012006

NOTA PEMBIMBING

Nomor : Kediri, 12 April 2016
Lamp : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada

Yth, Bapak Ketua Sekolah Tinggi
Agama Islam Negeri Kediri (STAIN Kediri)
di Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : AINI HIMMATUL ULYA
NIM : 9313.079.11
Judul : PENGARUH IKLAN WARDAH DI TELEVISI
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWI EKONOMI
SYARI'AH STAIN KEDIRI UNTUK MEMBELI

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian, agar maklumatadanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr.RopingiS.Ag. M.Pd
NIP. 1920626 199903 1 002

Sri AnugrahNatalina, SE, MM
NIP. 197712252009012006

**PENGARUH IKLAN WARDAH DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWI EKONOMI SYARI'AH STAIN KEDIRI UNTUK MEMBELI**

AINI HIMMATUL ULYA

9313.079.11

Telah Diujikan Di Depan Sidang Munaqasah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
Kediri Pada Tanggal 23 Februari 2016

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Hj. Zuraidah M.Si
NIP.19720412200604 2 001

2. Penguji I

Dr. Ropangi S.Ag.M.Pd
NIP. 1920626 199903 1 002

3. Penguji II

Sri Anugrah Natalina, SE. MM.
NIP. 197712252009012006

Kediri,

Ketua STAIN Kediri

Dr. Nur Chamid, MM
NIP. 19680714 199703 1 002

MOTTO

**Bukan emas permata yang mempercantik anda,
melainkan yang mempercantik anda adalah akhlak,
dan kekayaan anda adalah etika anda.**

PERSEMBAHAN

Karya Kecil ini Kupersembahkan untuk:

Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dan
keringanan langkah hanya padaNyalah semuanya bergantung.

Ayah, Ibu, dan Ketiga kakakku, tercinta yang selalu
memberikan kasih sayang dan tak pernah bosan ataupun lelah
mendoakan di setiap langkahnya.

Semua teman-temanku jurusan Ekonomi Syariah, khususnya
buat keluarga besar Ekonomi kelas C, terimakasih untuk
canda tawa selama ini.

Teman-teman kos, khususnya Yupita Sari, Lailatul Nikmah,
Ana Wahyuni, Nata Syafir Rizki, terimakasih atas
dukungannya.

ABSTRAK

AINI HIMMATUL ULYA, Dosen Pembimbing Dr. Ropangi S. Ag. M. Pd dan Sri Anugrah Natalina, SE. MM : Pengaruh Iklan Wardah Di Televisi Terhadap Keputusan Mahasiswa Ekonomi Syari'ah STAIN KEDIRI Untuk Membeli.

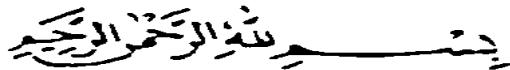
Kata Kunci : Iklan Televisi, Keputusan Pembelian.

Tujuan periklanan dapat digolongkan menurut sasarnya, yang pertama sasaran untuk menginformasikan yakni Iklan informative dimaksudkan untuk menciptakan kesadaran dan pengetahuan tentang produk baru atau cirri baru produk yang sudah ada, yang kedua membujuk dan yang ketiga mengingatkan atau memperkuat yakni iklan dimaksudkan untuk merangsang pembelian produk dan jasa kembali. Informasi yang paling efektif berasal dari sumber pribadiatausumberpublik yang merupakan wewenang independen. Iklan dalam hal ini merupakan saran pencarian informasi yang paling dekat dengan konsumen dalam membeli produk kosmetik salah satunya kosmetik Wardah. Iklan juga bias menjadi motivasi bagi konsumen untuk melakukan pembelian ketika menariknya iklan televisi yang ditanyangkan maka akan mempengaruhi konsumen untuk membeli kosmetik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan wardah di televisi terhadap keputusan mahasiswa untuk membeli.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu primer dan sekunder diperoleh dari dokumentasi yang telah ada. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STAIN Kediri Prodi Ekonomi Syari'ah Angkatan 2014-2012 yang memakai produk kosmetik wardah sebanyak 180 mahasiswa. Sampel ditentukan berdasarkan metode *Random sampling* yaitu sampel yang diambil sesuai dengan karakteristik yang diinginkan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu meliputi: uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis regresi sederhana, pengujian hipotesis melalui analisis korelasi, serta analisis koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan nilai korelasi antara iklan televisi dengan keputusan pembelian kosmetik wardah oleh mahasiswa STAIN Kediri Prodi EkonomiSyari'ah angkatan 2014-2012 sebesar 0,615 mempunyai makna hubungan antara iklan televisi terhadap keputusan pembelian termasuk dalam kriteria kuat, signifikan, dan searah. Analisis regresi menunjukkan hasil $Y = 10,287 + 0,747X$, yang berarti jika variabel iklan televisi naik satu satuan maka tingkat keputusan pembelian akan naik sebesar 0,615. Nilai R Square adalah 0,378, R Square dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti 37,8 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh iklan televisi dan 62,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, diantaranya: Faktor Kepribadian dan Faktor Gaya Hidup.

KATA PENGANTAR



Segala puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan taufik, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH IKLAN WARDAH DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWI EKONOMISYARI’AH STAIN KEDIRI UNTUK MEMBELI” Penulis berharap semoga Allah senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat baik di dunia maupun di akhirat.

SholawatdansalamsemogataptercurahkankepadajunjunganNabibesarMuh
ammad Saw yang telah memberi petunjuk kepada kita denganajaran yang dibawanya, yaitu ajaran agama Islam.

Untuk mewujudkan skripsi ini banyak sekali pihak-pihak yang memberikan bantuan kepada penulis, sehingga meskipun mengalami banyak kesulitan, penulis dapat menyelesaikannya. Untuk itu penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Bapak, Dr. Nur Chamid, MM, selaku Ketua STAIN Kediri.
2. Bapak Dr. Imam Annas Muslihin, M.HI., selaku ketua Jurusan Syari’ah STAIN Kediri.
3. Bapak Ahmad Syakur, LC., M.EI., selaku ketua Program Studi Ekonomi Syari’ah STAIN Kediri.
4. Bapak Dr. Ropingi S.Ag. M.Pd, selaku pembimbing I dan Ibu Sri Anugrah Natalina, SE, MM, selaku pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen beserta staf Jurusan Syariah STAIN Kediri.
6. Kepada Ayah, Bundaku tercinta, dan Ketiga Kakakku terima kasih sudah menyayangiku, membesarkanku, dan membantuku dalam doa dan materi.
7. Yusuf Bahtiyar, terima kasih selalu membantu dan memotivasiaku dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua teman-temanku jurusan Ekonomi Syari'ah, khususnya buat keluarga besar Ekonomi kelas C, terima kasih untuk canda tawa selama ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itulah penulis berharap kepada semua pihak yang membaca, agar memberikan saran dan kritik demi perbaikan pada penelitian selanjutnya dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Amin.

Kediri, 12 April 2016

Penulis

Aini Himmatal Uly

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN NOTA KONSULTAN.....	iii
HALAMAN NOTA BIMBINGAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABLE.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Telaah Pustaka.....	10
F. Hipotesis Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Pengertian Iklan Televisi.....	13
2. Tujuan Periklanan.....	14
3. Iklan di Media Televisi.....	18
4. Kelebihan dan Kelemahan Iklan Televisi.....	19
a. Kelebihan Iklan televisi.....	19
b. Kelemahan Iklan televisi.....	18
5. Fungsi Dan Tujuan Iklan Televisi.....	20
a. Fungsi Periklanan.....	20
b. Tujuan Iklan	21
6. Pesan Iklan.....	22
7. Keputusan Pembelian.....	24
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	24
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	25
c. Peranan dalam keputusan pembelian.....	28
d. Proses keputusan pembelian.....	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Populasi dan Sampel.....	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel.....	40
D. Metode Pengumpulan Data.....	40
1. Data Primer.....	40
2. Data Sekunder.....	41
E. Metode Analisis Data.....	41
1. Editing.....	41
2. Scoring.....	41
3. Tabulasi.....	42
4. Processing.....	42
a. Uji Validitas.....	42
b. Uji Reliabilitas.....	43
c. Uji Korelasi.....	44
d. Uji Regresi Sederhana.....	45
F. Instrumen Penelitian.....	46
1. Angket.....	46
2. Dokumentasi.....	46
G. Operasional Variabel Penelitian.....	47
1. Variabel Bebas.....	47
2. Variabel terikat.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
1. Sejarah Berdirinya STAIN Kediri.....	49
2. Visi dan Misi.....	50
3. Jurusan dan Program Studi.....	51
4. Gambaran Umum Prodi Ekonomi Syari'ah.....	52
B. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
1. Uji Validitas.....	53
a. Uji Validitas Variabel Iklan Televisi.....	53
b. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	54
2. Uji Reliabilitas.....	55
a. Uji Reliabilitas Variabel Iklan Televisi.....	55
b. Uji Reliabilitas Variabel Iklan Keputusan Pembelian.....	56
C. Deskripsi Data.....	56
D. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	58
E. Pengujian Hipotesis.....	59
1. Uji Normalitas.....	60
2. Uji Korelasi.....	61
3. Analisis Regresi.....	62
a. Model Summary.....	63
b. Anova.....	67
c. Coefficients.....	67
BAB V PEMBAHASAN.....	62

1. Variabel Iklan di Televisi.....	69
2. Variabel Keputusan Pembelian.....	70
3. Pengaruh Iklan Wardah di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian.....	71
4. Faktor Lain Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah.....	74
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	76
1. Kesimpulan.....	76
2. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Uji Validitas Variabel IklanTelevisi.....	50
Tabel 2 : Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 3 : Uji Reliabilitas Variabel IklanTelevisi.....	51
Tabel 4 : Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 5 : Rekapitulasi Total Skor Jawaban Responden	52
Tabel 6 : Tanggapan Responden Iklan Televisi.....	55
Tabel 7 : Tanggapan Responden Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 8 : Uji Statistik.....	56
Tabel 9 : Konversi Variabel Iklan Televisi.....	57
Tabel 10 : Konversi Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 11 : Uji Normalitas Data.....	58
Tabel 12 :Analisi Korelasi.....	59
Tabel 13 :Model Summary.....	60
Tabel 14 : Anova.....	61
Tabel 15 : Coefficients.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Kuesioner Penelitian
- Lampiran II : Tabulasi Hasil Penelitian
- Lampiran III : Tabel t
- Lampiran IV : Tabel r product moment pearson
- Lampiran V : Daftar Konsultasi Penyelesaian Skripsi
- Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup