

**PENGARUH IKLAN MEDIA TELEVISI MASKAPAI  
PENERBANGAN CITILINK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
MASYARAKAT DI KELAPA GADING**

Oleh

Nama : Nicholas Widjaja

NIM : 64080198

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Komunikasi Pemasaran



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**AGUSTUS 2014**

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

# PENGESAHAN

## PENGARUH IKLAN MEDIA TELEVISI MASKAPAI PENERBANGAN CITILINK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MASYARAKAT DI KELAPA GADING

Diajukan Oleh:

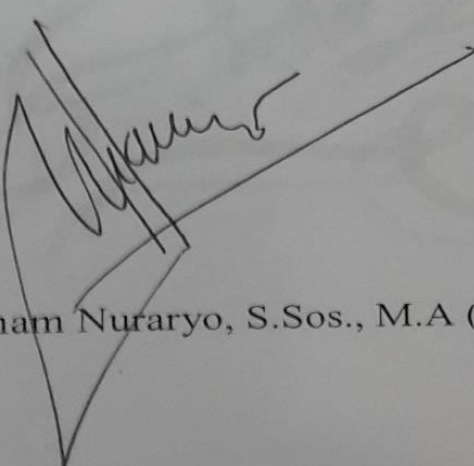
Nama : Nicholas Widjaja

NIM : 64080198

Jakarta, 29 Agustus 2014

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing,

  
( Imam Nuraryo, S.Sos., M.A (Comms))

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## ABSTRACT

**Nicholas Widjaja / 64080198 / 2014 / The Influence of Citilink Airlines Television Advertising on Purchasing Decision Level of Society in Kelapa Gading / Advisor : Imam Nuraryo, S.Sos.,M.A. (Comms)**

Nowadays with the advance instant of technology make things easier to achieve. It is affecting the airlines that compete in providing good services and competitive pricing for consumers for domestic and international flight. Citilink comes with different style compare with another airlines, which is a low cost airlines that serves all domestic flight in Indonesia. With the promotion strategies via television media, Citilink significantly impact the societies in increasing their sales.

This study uses the creativity of advertising such as music, colors, images, heard words, seen words, and movement to measure how much the advertising elements affected the purchasing decisions by using the theory of AIDA (Attention, Interest, Desire and Action).

The method used in this study is a quantitative method with "The effect of Citilink Airlines Television Advertising on Purchasing Decision Level of Society in Kelapa Gading" as a research object. The sampling technique used is Purposive Sampling that included in the non-probability sampling.

The result of research indicate that there is a less significant influence or indifferent impact to the purchasing decision, which the elements of creativity in Citilink Airlines advertising airlines bring good influence but it does not give enough influence to improve purchasing decisions on society in Kelapa Gading.

Citilink Airlines should promoted their airlines through the television media more often, because the intensity of Citilink Airlines advertisement is still not that society still feel unfamiliar with the brand of Citilink. At least Citilink can use celebrity endorse that may increase the purchasing decisions of society.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## KATA PENGANTAR

Pada hari ini dan syukur sedalam-dalamnya penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan bimbingannya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Iklan Televisi Maskapai Penerbangan Citilink Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat di Kelapa Gading" ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi konsentrasi jurusan *Marketing Communication* di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari peran serta banyak pihak yang terlibat dalam proses penulisan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak atas segala bantuan dan bimbingannya baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga dapat dijadikan masukan yang berguna dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Deavvy MRY Johassan, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Imam Nuraryo, S.Sos.,M.A. (Comms) selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan, arahan, tenaga, pikiran, serta mau meluangkan waktunya dalam membimbing penulis dari awal hingga akhir dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Kepada Papa dan Mama yang selalu memberikan dukungan dan semangat baik secara fisik, mental, maupun material sehingga skripsi ini berjalan dan berkembang sesuai dengan kemampuan peneliti.



4. Kepada seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam pengajarannya sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Kepada teman-teman penulis, khususnya Selma Elizabeth, Thoriq Lukman, dan Tan Felix, yang telah bersedia memberikan sedikit waktunya untuk membantu menjawab pertanyaan, membantu memberikan pandangan, dan memberikan segala bantuan dalam mengerjakan penelitian skripsi ini agar terselesaikan dengan baik.

6. Kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktunya dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Terima kasih untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang telah membantu mendukung penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi dalam bentuk penelitian ini masih banyak memiliki kekurangan yang perlu disempurnakan, maka dari itu peneliti berharap agar pembaca dapat memaklumi hal ini. Peneliti juga dengan besar hati akan menerima segala kritik, pendapat, dan masukan dari para pembaca yang bersifat membangun, agar dapat membantu peneliti dalam memperbaiki kesalahannya. Semoga keberadaan skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang yang membacanya.

Jakarta, 29 Agustus 2014

Peneliti

# DAFTAR ISI

|                                 |             |
|---------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b>            |             |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN</b>        |             |
| <b>ABSTRAK</b> .....            | <b>i</b>    |
| <b>ABSTRACT</b> .....           | <b>ii</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....     | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....         | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....       | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....      | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....    | <b>x</b>    |
| <b>BAB I. PENDAHULUAN</b>       |             |
| A. Latar Belakang Masalah ..... | 1           |
| B. Rumusan Masalah .....        | 5           |
| C. Identifikasi Masalah .....   | 5           |
| D. Tujuan Penelitian .....      | 6           |
| E. Manfaat Penelitian.....      | 7           |
| 1. Manfaat Akademis .....       | 7           |
| 2. Manfaat Praktis .....        | 7           |
| <b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA</b>   |             |
| A. Landasan Teoritis.....       | 9           |
| 1. Komunikasi Pemasaran.....    | 9           |
| 2. Periklanan.....              | 13          |
| 3. Pengambilan Keputusan.....   | 18          |
| 4. Teori AIDA .....             | 19          |
| B. Penelitian Terdahulu .....   | 21          |
| C. Kerangka Pemikiran.....      | 24          |
| D. Hipotesis.....               | 25          |



© Hak Cipta Dilindungi Undang-undang. Dilarang mengutip atau sebarluaskan tanpa izin IBIKKG. Untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Strategi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie





### BAB III. METODE PENELITIAN

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| A. Objek Penelitian .....            | 26 |
| B. Metode Penelitian.....            | 27 |
| C. Variabel Penelitian .....         | 27 |
| D. Teknik Pengumpulan Data.....      | 34 |
| E. Teknik Pengambilan Sampel.....    | 35 |
| F. Teknik Analisis Data .....        | 38 |
| 1. Uji Validitas .....               | 38 |
| 2. Uji Reliabilitas .....            | 40 |
| 3. Skala Likert .....                | 71 |
| 4. Uji Normalitas .....              | 43 |
| 5. Uji Linieritas .....              | 43 |
| 6. Uji Regresi Linier Sederhana..... | 44 |

### BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

|   |    |
|---|----|
| A. Gambaran Umum .....                    | 46 |
| B. Analisis dan Pembahasan.....           | 49 |
| 1. Uji Validitas.....                     | 49 |
| 2. Uji Reliabilitas .....                 | 52 |
| 3. Analisis Karakteristik Responden ..... | 53 |
| 4. Analisis Deskriptif Variabel.....      | 58 |
| 5. Uji Normalitas .....                   | 63 |
| 6. Uji Linieritas.....                    | 63 |
| 7. Uji Regresi.....                       | 64 |
| a. Analisis Regresi Linier Sederhana..... | 64 |
| b. Uji Anova.....                         | 66 |
| C. Hasil Penelitian.....                  | 66 |

### BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

|                         |    |
|-------------------------|----|
| A. Kesimpulan .....     | 70 |
| B. Saran.....           | 71 |
| 1. Saran Akademik ..... | 71 |
| 2. Saran Praktis .....  | 72 |

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Jl. Kuningan No. 100, Jakarta Selatan 10130  
 Telp. (021) 5715 1000  
 Email: info@kwikkiangie.ac.id



**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR TABEL

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p> | <p><b>© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b></p> <p>Tabel 3.1 Tabel Oprasional Variabel.....28</p> <p>Tabel 3.2 Skala Likert.....41</p> <p>Tabel 3.3 Rentang Nilai.....42</p> <p>Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel (X) Iklan Televisi Maskapai Penerbangan Citilink.....49</p> <p>Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Keputusan Pembelian.....51</p> <p>Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabel Variabel (X) Iklan Televisi Maskapai Penerbangan Citilink.....52</p> <p>Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabel Variabel (Y) Keputusan Pembelian.....53</p> <p>Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....54</p> <p>Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Rentang Usia.....54</p> <p>Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....55</p> <p>Tabel 4.8 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....56</p> <p>Tabel 4.9 Data Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....56</p> <p>Tabel 4.10 Data Responden Berdasarkan Melihat Iklan Citilink.....57</p> <p>Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi, Persentase Responden, dan Analisis Penilaian Tentang Iklan Citilink.....58</p> <p>Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi, Persentase Responden, dan Analisis Penilaian Tentang Keputusan Pembelian.....60</p> <p>Tabel 4.13 Total Rata-Rata Penilaian Terhadap Variabel Bebas (X) dan Variabel Terikat (Y)...62</p> <p>Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....63</p> <p>Tabel 4.15 Hasil Uji Linearitas.....64</p> <p>Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....65</p> <p>Tabel 4.17 Hasil Uji ANOVA.....66</p> |  |
|--|--|--|

## DAFTAR GAMBAR

|        |   |  |    |
|--------|---|--|----|
|        | <b>© Hak cipta milik IBKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b> |  |    |
| Gambar | 1   | 1 Kerangka Konsep.....                                       | 24 |
| Gambar | 1   | 1 Jumlah Populasi Masyarakat Kelapa Gading.....              | 37 |
| Gambar | 2   | 2 Rentang Nilai dalam Bentuk Gambar.....                     | 43 |
| Gambar | 1   | 1 Citilink.....  | 47 |
| Gambar | 2   | 2 Potongan Iklan Televisi Maskapai Penerbangan Citilink..... | 48 |

**© Hak cipta milik IBKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| 1. Pra-Kuesioner.....   | 75  |
| 2. Kuesioner.....   | 82  |
| 3. Data Coding Kuesioner Untuk Profil Responden.....  | 89  |
| 4. Hasil Analisis Karakteristik Responden.....  | 95  |
| 5. Data Coding Pra-Kuesioner Variabel (X) Iklan Televisi Maskapai Penerbangan Citilink.....       | 97  |
| 6. Data Coding Pra-Kuesioner Variabel (Y) Keputusan Pembelian.....                                | 99  |
| 7. Data Coding Kuesioner Variabel (X) Iklan Televisi Maskapai Penerbangan Citilink.....           | 102 |
| 8. Data Coding Kuesioner Variabel (Y) Keputusan Pembelian.....                                    | 108 |
| 9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Iklan Televisi Maskapai Penerbangan Citilink.... | 115 |
| 10. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....                        | 119 |
| 11. Tabel Frekuensi Variabel Iklan Televisi Maskapai Penerbangan Citilink.....                    | 121 |
| 12. Tabel Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....   | 128 |
| 13. Hasil Uji Normalitas.....   | 132 |
| 14. Hasil Uji Linearitas.....   | 133 |
| 15. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....   | 133 |
| 16. Hasil Uji Keberartian atau Kelayakan Model Uji Regresi (Uji ANOVA).....                       | 133 |

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.