



**EFEKTIFITAS IKLAN SPRITE VERSI CAK LONTONG
KENYATAAN YANG MENYEGARKAN MENGGUNAKAN
METODE EPIC**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

**LAILATUL MITAHAROH
NIM : 13 104 11 073**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2017**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lailatul Mitaharoh

NIM : 1310411073

Prodi ; Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : EFEKTIFITAS IKLAN "SPRITE VERSI CAK LONTONG KENYATAAN YANG MENYEGARKAN" adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya, sesuai etika ilmiah

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia menerima sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut

Jember, Maret 2017

Yang menyatakan

Lailatul Mitaharoh

NIM : 1310411073

PERSETUJUAN SKRIPSI



**EFEKTIFITAS IKLAN SPRITE VERSI CAK LONTONG
KENYATAAN YANG MENYEGARKAN MENGGUNAKAN
METODE EPIC**

Oleh :

**LAILATUL MITAHAROH
NIM : 13 104 11 073**

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama: Nurul Qomariyah, Dr., MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Achmad Hasan H, SE.,MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul EFEKTIFITAS IKLAN “SPRITE VERSI CAK LONTONG KENYATAAN YANG MENYEGARKAN” telah di uji dan di sahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : senin

Tanggal : 20 Maret 2017

Tempat : Unmuh Jember

Tim Penguji

Dr. Toni Herlambang, SE, MM

NPK 06 03 425

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Nurul Qomariah, MM

NPK 06 03 426

Achmad Hasan H, SE,MM

NPK 15 09 647

Mengesahkan:

Dekan

Ketua Jurusan

Dr.Arik Susbiyani, SE, M, Si

NPK 01 09 289

Drs. Anwar., Msc

NPK 85 03 125

MOTO

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ
أُولَئِكَ كَانَ مَسْئُورًا (الإسراء : ٣٦)

Artinya : “ Dan Allah tidak menjadikan pemberian bala bantuan itu melainkan sebagai kabar gembira bagi kemenanganmu, dan agar tentram hatimu karenanya. Dan kemenanganmu itu hanyalah dari Allah Yang Tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan selama ada komitmen bersama untuk menyelesaikannya.

مَنْ خَرَجَ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ

Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah “

(HR.Turmudzi)

Ku persembahkan Skripsi ini untuk :

- ❖ Ayah dan Ibu Tercinta
- ❖ Keluarga dan saudara-saudaraku tersayang
- ❖ Para Sahabat dan Temanku Yang kubanggakan
- ❖ Almamaterku yang penuh Kenangan

ABSTRAK

Iklan merupakan sebuah sarana untuk mempromosikan barang atau jasa yang ingin ditawarkan, terutama kepada masyarakat. Bagi sebagian besar perusahaan, iklan menjadi suatu pilihan yang Menarik, disamping sebagai sumber informasi , iklan juga dipandang sebagai media hiburan dan komunikasi pemasaran untuk menjangkau target pasar utama jika ditayangkan di televisi. Salah satu perusahaan yang melakukan brand building lewat beriklan adalah PT Coca Cola. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Efektifitas Iklan produk Sprite menggunakan EPIC Model. Hasil Analisis dengan menggunakan EPIC Model diketahui bahwa iklan Televisi Produk “Sprite versi Cak Lontong Kenyataan Yang Menyegarkan” telah sangat efektif dalam memperkenalkan produk Sprite kepada konsumen. Bagi pihak Perusahaan memperhatikan kualitas iklan yang berfungsi untuk mempromosikan produk. Dalam melakukan penelitian lebih lanjut diharapkan dapat menggali variabel yang lain dengan jumlah sampel yang lebih besar agar ditemukan komparatif studi yang dapat memperkaya hasil penelitian

Kata kunci : *emphaty, persuasion, impact, communication*

ABSTRACT

Advertising is means to promote the good services want to offer. especially to the public. For most companies, advertising is become attractive option, as well as a source of information, advertising is also seen as entertainment media and effective marketing communications media to reach the target market, especially if it aired on television. One company that is doing brand building through advertising PT Coca Cola. The purpose of this study was to determine the effectiveness of Sprite product television advertising methods EPIC Models. Results of analysis using the EPIC model know that television advertising has been very effective in introducing of Sprite products to consumers. For the company should pay more attention to the quality of advertisements that serve to promote the product. In doing further research is expected to explore other variables with a large sample size in order to find comparative studies can enrich the result of this study

Keywords : *emphaty, persuasion, impact, communication*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamin banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat, Kesehatan, Karunia dan keberkahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Efektifitas iklan “Sprite versi Cak Lontong Kenyataan Yang Menyegarkan”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi(SE) pada program Studi Ekonomi(S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam menulis penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak. Karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Ibu Dr.Arik Susbiyani, SE, M, Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis
2. Bapak Drs. Anwar., Msc selaku Ketua Program Studi Manajemen FakultasEkonomi Universitas Muhammadiyah Jember
3. Ibu Dr. Nurul Qomariah, MM selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Achmad Hasan H, SE,MM selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan bimbingan,saran,bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini
4. Bapak Dr. Toni Herlambang, SE, MM selaku dosen penguji Skripsi yang telah memberikan bimbingan,saran,bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini
5. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberi dukungan seta kenangan Novika Dian Putri, Ely Nur Indah, Hayu Wira Apsari, Sihatul Dwi Indriyati(Persahabatan dan kebersamaan kita tak akan kulupakan)
6. Untuk keluarga dan orang terdekat saya yang selalu mendukung secara moril dalam penyusunan skripsi dan juga ucapan terimakasih atas perhatiannya selama ini terhadap Akhir kata penulis menyadari bahwa

dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karena itu, penulis memohon saran dan kritik yang sifatnya membangun. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat

Jember Maret 2017

Penyusun

Lailatul Mitaharoh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	10
1.2 Rumusan Permasalahan	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Pemasaran	10
2.2 Strategi Pemasara	11
2.3 STP	12
2.4 Bauran Pemasaran.....	14
2.5 Pengertian Iklan dan Periklanan	16
2.6 Fungsi dan Tujuan Periklanan.....	17
2.7 Jenis Iklan	19
2.8 Sifat Iklan	20
2.9 Tipe Iklan	20

2.10 Iklan Televisi	21
2.11 Metode Penetapan Anggaran	22
2.12 Menetapkan Anggaran Periklanan	23
2.13 Efektifitas	24
2.14 Aspek-Aspek Efektifitas	25
2.15 Efektifitas Iklan	25
2.16 Evaluasi Dampak Iklan	26
2.17 EPIC Model	27
2.18 Penelitian Terdahulu	29
2.19 Kerangka Pemikiran.....	31
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Identifikasi Variabel dan Oprasional Variabel.....	32
3.1.1 Identifikasi variabel.....	32
3.1.2 Definisi Oprasional Variabel.....	32
3.2. Desain Penelitian.....	33
3.3 Pengukuran Variabel.....	34
3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.4.1 Populasi.....	35
3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.4.3 Sampel.....	36
3.5 Jenis Data	36
3.6 Sumber Data.....	37
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7.1 Wawancara.....	37
3.7.2 Kuisisioner	37
3.7.3 Dokumentasi	38
3.8 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	38
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	38
3.8.2 Uji Validitas.....	39
3.8.3 Uji Reliabilitas.....	39
3.8.4 Analisis EPIC Model.....	40

3.8.5 Analisis EPICrate.....	40
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	42
4.3 Karakteristik Responden... ..	42
4.4 Analisis Deskriptif	44
4.5 Analisis Kuantitatif	48
4.5.1 Uji Validitas	48
4.5.2 Uji Reliabilitas	49
4.6 EPIC rate	52
4.6.1 Analisis EPIC model	53
4.7 Keterbatasan Penelitian	59
Bab 5 PENUTUP.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel Pertumbuhan Minuman Sprite	1
Tabel Minuman Berkarbonasi.....	2
Tabel Data Belanja Periklanan.....	3
Tabel Karakteristik Responden.....	43
Tabel Analisis Deskriptif	44
Tabel Uji Validitas.....	48
Tabel Uji Reliabilitas.....	49
Tabel Skor Rataan Perdimensi	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar lirik iklan	4
Gambar Kerangka Pikir	31
Gambar EPICrate	52
Gambar Rentang Skala EPICrate	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	64
Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Kuisisioner	78
Lampiran 3 Hasil Spss	80
Lampiran 4 Tabel r	87
Lampiran 5 Dokumentasi	89
Lampiran 6 Penelitian Terdahulu	91