

KAJIAN EFEKTIFAS IKLAN SPRITE BERBASIS PADA 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 :

**SALSABILA IFTINAN
NIM. 15.1041.1191**

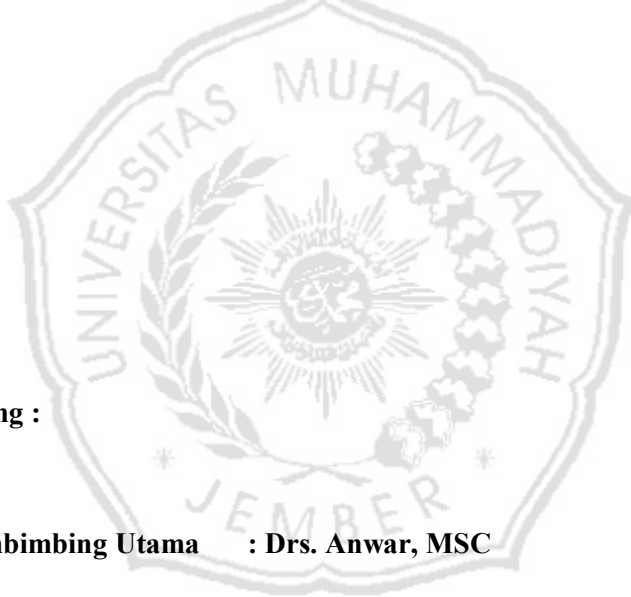
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

SKRIPSI

KAJIAN EFEKTIFITAS IKLAN SPRITE BERBASIS METODE EPIC

Oleh:

**Salsabila Iftinan
15.1041.1191**



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Anwar, MSC

Dosen Pembimbing Pendamping: Budi Santoso, SE,MM, M,AK

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: **KAJIAN EFEKTIFITAS IKLAN SPRITE BERBASIS METODE EPIC**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 20 April 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Seno Sumowo, SE. MM

NIP. 0109288

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. Anwar, MSC

Budi Santoso, SE, MM, M.AK

NIP. 85 03 125

NPK. 1984060411703794

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, M.Si.

Haris Hermawan, SE, MM

NPK.01 09 289

NPK. 15 03 640

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya persembahkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena berkat izin dan ridhoNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Kajian Efektifitas Iklan Sprite Berbasis Metode Epic”

Peneliti sadar bahwa laporan ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
2. Drs. Anwar, M.Sc. sebagai Ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Pembimbing I
3. Drs, Anwar, M.SC. sebagai Dosen Pembimbing I dan Budi Santoso, SE, MM, S.Ak sebagai Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu, pemikiran, bimbingan, juga nasehat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
4. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi
5. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan dan perhatiannya yang tidak terbatas
6. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Semoga amal baik yang telah mereka berikan dengan tulus dan ikhlas pada penulis dapat balasan dari Allah SWT. Besar harapan penulis, semogaskripsiini bias bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jember,20 April 2019

Salsabila Iftinan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Pengertian manajemen pemasaran	8
2.2. Konsep Pemasaran	8
2.3. Bauran Pemasaran	9
2.4. Komunikasi Pemasaran	10
2.5. Periklanan dan Iklan	11
2.6. Tujuan Periklanan	12
2.7. Fungsi Iklan.....	12

2.8.	Jenis Iklan	13
2.9.	Sifat-sifat Iklan.....	14
2.10.	Iklan Televisi.....	14
2.11.	Efektifitas Iklan	14
2.12.	Epic Model.....	15
2.13.	Penelitian Terdahulu	16
2.14.	Kerangka Pemikiran.....	18
BAB 3 METODE PENELITIAN		20
3. 1	Desain Penelitian	21
3. 2	Identifikasi Variabel	21
3. 3	Definisi Operasional Variabel	21
3. 4	Pengukuran Variabel.....	22
3. 5	Teknik Pengumpulan Data	23
3. 6	Populasi.....	23
3. 7	Sampel	24
3. 8	Jenis Data	24
3. 9	Sumber Data.....	25
3. 10	Metode Pengumpulan Data	25
	3.10.1 Wawancara.....	25
	3.10.2 Dokumentasi.....	25
	3.10.3 Kuesioner	25
3. 11	Teknik Analisis Data.....	26
	3.11.1 Uji Instrumen Data.....	26
	3.11.2 Analisis Deskriptif	27
	3.11.3 Analisis Epic Model.....	28
BAB 4 HASIL PENELITIAN.....		29
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
	4.1.1 Sejarah Pada Produk Sprite	29
4.2	Visi dan Misi Perusahaan	29
4.3	Karakteristik Responden	30
	4.3.1 karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	30
	4.3.2 karakteristik Responden Berdasarkan Umur	30
	4.3.3 karakteristik Responden Berdasarkan seberapa sering mengkonsumsi	31
4.4	Analisis Deskriptif.....	31
4.5	Hasil Analisis Data.....	38
	4.5.1 Uji Validitas Data.....	38
	4.5.2 Uji Reliabilitas.....	39

4.5.3 Uji Epic	40
4.5.4 Hasil Analisis Epic Model	42
4.5.5 Hasil Analisis Epic Rate	46
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	47
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1 Kesimpulan dan Saran	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50

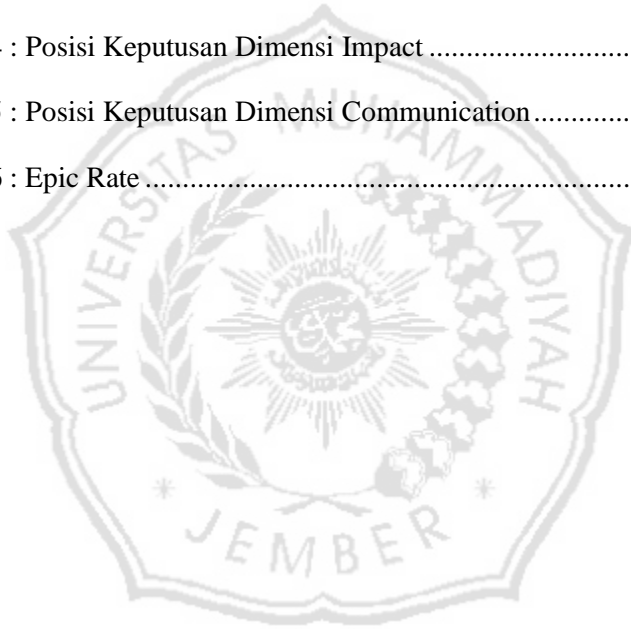


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Data Minuman Berkabonasi.....	1
Tabel 1.2	: Market Share Minuman Berkabonasi.....	2
Tabel 1.3	: Hasil Penelitian Awal Pada 30 Mahasiswa/I Prodi Manajemen Univ Muhammdyah Jember Angkatan 2015.....	6
Tabel 1.4	: Penelitian Tedahulu	17
Tabel 4.1	: Karakteristik Berdasarkan Hasil Responden	29
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	32
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Menurut Umur	33
Tabel 4.4	: Karakteristik Responden Menurut seberapa sering Mengkonsumsi.....	33
Tabel 4.5	: Deskriptif <i>Empathy</i>	31
Tabel 4.6	: Deskriptif <i>Persuasion</i>	33
Tabel 4.7	: Deskriptif <i>Impact</i>	34
Tabel 4.8	: Deskriptif <i>Communication</i>	38
Tabel 4.9	: Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.10	: Hasil Uji Reabilitas	38
Tabel 4.11	: Total Skor Rataan Perdimensi.....	41

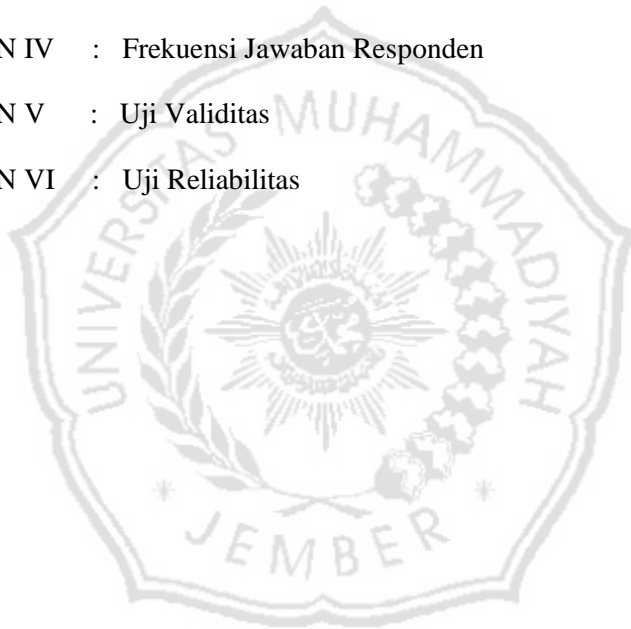
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Lirik Iklan.....	4
Gambar 4.1 : Posisi kePutusan EPIC Model	43
Gambar 4.2 : Posisi Keputusan Dimensi Empathy	43
Gambar 4.3 : Posisi Keputusan Dimensi Persuasion.....	44
Gambar 4.4 : Posisi Keputusan Dimensi Impact	44
Gambar 4.5 : Posisi Keputusan Dimensi Communication.....	45
Gambar 4.6 : Epic Rate	46



DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Kuisisioner Penelitian
- LAMPIRAN II : Karakteristik Responden
- LAMPIRAN III : Rekapulasi Jawaban Responden
- LAMPIRAN IV : Frekuensi Jawaban Responden
- LAMPIRAN V : Uji Validitas
- LAMPIRAN VI : Uji Reliabilitas



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Bagus Riyantoro 2013 Vol 5, Jurnal Universitas Gunadarma
- Buchari Alma. 2007, Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta.
- Bungin, Burhan. 2008. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Dian Bestriandita 2017 Vol 1, No 1, Jurnal Universitas Islam Indonesia
- Durianto, Sugianto, Widjaja dan Supraktino. 2003. Invasi pasar dengan iklan efektif. Gramedia pustaka utama. Jakarta.
- Durianto, Darmadi. 2010, Brand Monitoring, Majalah Marketing edisi 11/X/2010, <http://www.marketing.co.id/2010/11/09/brand-monitoring/>.
- Effendi, Onong Uchjana. 2002. Komunikasi teori dan praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Erlis Budiarti 2013 jurnal cakrawala vol 8 no 1 desember 2013
- Ferdinand. 2006. Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Henry Simamora. 2000. Basis Pengambilan Keputusan Bisnis. Salemba Empat. Jakarta.
- Jogiyanto, 2010. Analisis dan desain sistem informasi, edisi IV, Andi Offset, Yogyakarta.
- Kotler dan Keller, 2009. Manajemen pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip pemasaran, jilid Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip; 2005, manajemen pemasaran, jilid I dan II, PT. Indeks Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- M Fuaf 2001. Pengantar bisnis. Jakarta: penerbit PT Gramedia pustaka utama
- M. Suyanto, Marketing Strategi Top Brand Indonesia, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007
- Nielsen, AC, (2012). EPIC Dimension of advertising effectiveness.
- Sugiyono, (2012). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&B. Bandung. Alfabeta.
- Supranto, dan Nandan Limakrisna, 2011. Perilaku konsumen dan strategi Pemasaran. Edisi kedua, penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Suyanto, Bagong. (2005). Metode penelitian social: berbagai *Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Prenada Media

- Swastha, dan irawan, 2003, manajemen pemasaran modern, Yogyakarta, penerbit: Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy 2009, Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh, Yogyakarta : Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono. 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Widiana, M.E dan Sinaga Bonar. 2010. Dasar-dasar Pemasaran. Bandung: karya Putra Darwati.

