



**ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI WARDAH LIPSTIK  
PADA MAHASISWI PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI 2014  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
Untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
Dan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

**Novita Wahyuningsih**

**NIM. 14.1041.1260**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
2018**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Novita Wahyuningsih

NIM : 14104111260

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **ANALISIS EFEKTIFITAS IKLAN TELEVISI WARDAH LIPSTIK PADA MAHASIWI PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI 2014 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER** ; 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 dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya , tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 09 Juli 2018

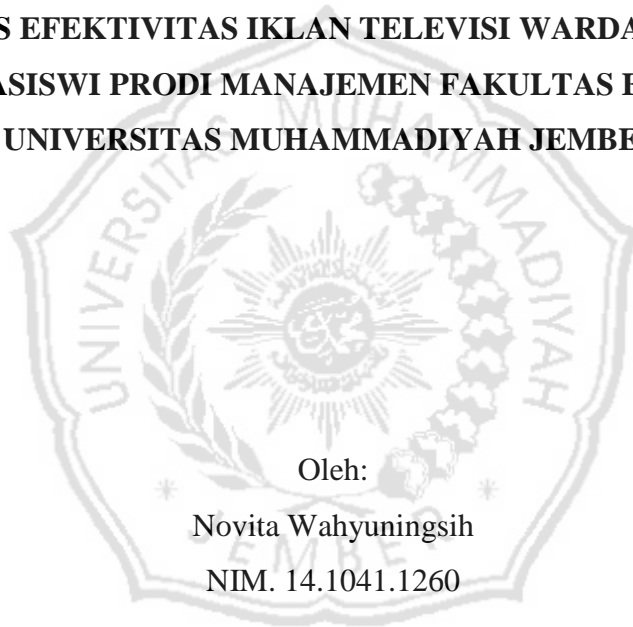
Yang menyatakan,

Novita Wahyuningsih

NIM. 1410411260

SKRIPSI

**ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN TELEVISI WARDAH LIPSTIK  
PADA MAHASISWI PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI 2014  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**



Oleh:

Novita Wahyuningsih

NIM. 14.1041.1260

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Nurul Q, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping: Budi Santosa SE, MM, M Ak

## PENGESAHAN

Skripsiberjudul; *Analisis Efektifitas Iklan Televisi Wardah Lipstik Pada Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi 2014 Universitas Muhammadiyah Jember*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 09 Juli 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

**Drs.M. Naely Azhad, M.Si**

**NIP 196612311993031006**

Anggota1,

Anggota2,

**Dr. Nurul Oomariah, MM**

**NPK06 03 426**

**Budi Santoso SE, MM, MAk**

**NPK10 03 711**

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

**Dr. Arik Susbivani, SE,M.Si**

**NPK01 09 289**

**Drs. Anwar, M.Sc**

**NPK85 03 125**

## MOTTO

**“Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada keringanan.”**

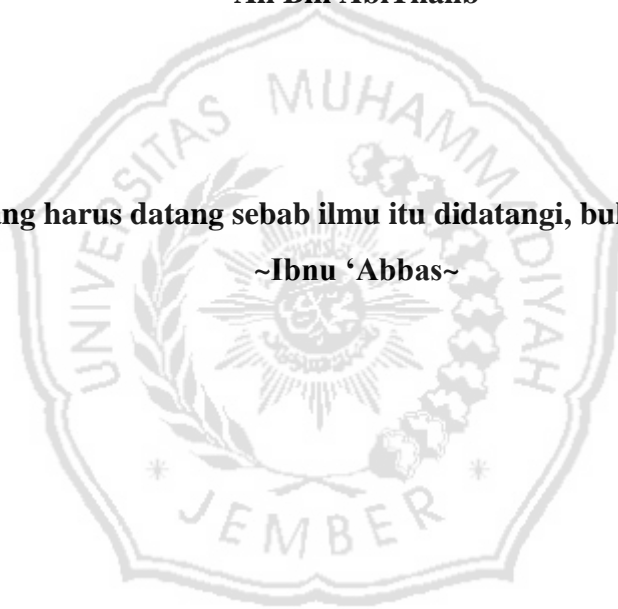
**(Q.S. Al-Insyirah : 6)**

**“Yang berdoa tanpa usaha, bagaikan pemanah tanpa busur.”**

**~Ali Bin AbiThalib~**

**Akulah yang harus datang sebab ilmu itu didatangi, bukan mendatangi”**

**~Ibnu ‘Abbas~**



## PERSEMBAHAN

Hasil karya tulis ini kupersembahkan untuk semua orang yang menjadi bagian dalam hidupku :

1. Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayah-Nya yang sangat berlimpah serta kesempatan yang diberikan-Nya kepadaku dengan segala kemudahan yang diberikan-Nya sehingga aku dapat menjalani semua ini dengan baik.
2. Orang tuaku tercinta Mudakir dan Sriwahyuni yang selama ini mendidik, membimbingku dan tiada henti-hentinya menyayangiku. Dans elalu menuntun kejalan dunia dana khirat. Mereka merupakan inspirasiku untuk melangkah dalam hidup ini
3. Untuk orang yang spesial yaitu Helmi Triantama P saya ucapkan terima kasih bantuannya baik motivasi, selalu ada untuk saya, dan bantuan yang lainnya yang telah diberikan kepada
4. Untuk semua sahabat saya : Tri Veni dan Kadal Mrengut (Evi, Putri, Anis, Ecik, Myta, Ihsan, Dani, Rido, Husen dan ifa) kalian luar biasa.
5. Untuk teman-teman Manajemen F yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi.
6. Untuk teman-teman kos Jalan Karimata No 26 khususnya Nurul Aji W dan Laras Dwi yang selalu memberikan semangat tiada henti dan juga doanya. Juga sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
7. Seluruh teman-teman seperjuangan manajemen angkatan 2014 FE UNMUH JEMBER.
8. Semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi, terimakasih ya.
9. Almamater yang aku banggakan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember.

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi 2014 Universitas Muhammadiyah Jember yang memakai Wardah Lipstik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh empati, persuasion, impact, communication terhadap efektifitas iklan Wardah Lipstik pada Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi 2014 Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa kuesioner dan studi pustaka terhadap 100 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel *empathy*(0,384), *persuasion* (0,191), *impact* (0,160), *communication*(0,223) semuanya berpengaruh positif terhadap efektifitas iklan. Dari uji t diperoleh hasil *empathy*(0,000), *persuasion* (0,008), *impact*(0,013), *communication*(0,002), semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari uji F diperoleh *empathy*, *persuasion*, *impact*, *communication* semuanya berpengaruh signifikan (0,000) secara simultan terhadap efektifitas iklan.

**Kata kunci:** *empathy*, *persuasion*, *impact*, *communication*, efektifitas iklan.

## **ABSTRACT**

*This research is conducted to consumer of Lipstick Wardah at coed prodi economics 2014 Muhaamdiyah University ofJember. The aim from this research is to know the effect from empathy, persuasion, impact, communication and ad effectiveness of Lipstick Wardah at coed prodi economics 2014 Muhammadiyah University of Jember. In this research collected of data with interview and questionnaire toward 100 respondents with purposive sampling technique. This is doing to know the perceptions from respondents about each variable. Data instrument test (Validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (Normality test, Multicollinearity test, heteroskedasticity test), and hypothesis test (F test, t test, determination coefficient) will be used to analyze. From regression analysis, we know that empathy(0,384), persuasion (0,191), impact (0,160), communication (0,223) and ad effectiveness (0,586) have the positive effect for the ad effectiveness. From t test resulting empathy(0,000), persuasion (0,008) ,impact (0,013), communication (0,000), people (0,011), physical evidence (0,029) dan process (0,002), that mean all of four variables have significance influential toward ad effectiveness. From F test resulting empathy, persuasion, impact, communication, that mean all of four variables have simultaneous significance influential (0,000) toward the ad effectiveness.*

**Key words:** *empathy, persuasion, impact, communication, ad effectiveness.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkatrahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Efektifitas Iklan Televisi Wardah Lipstik pada Mahasiswi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi 2014 Universitas Muhammadiyah Jember”**. Peneliti merasa bahwa dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapat masukan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Ir. M. Hazmi, DESS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Dr. Arik Susbiyani, Msi , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
3. Bapak Drs. Anwar, Msc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas MuhammadiyahJ ember
4. Bapak Drs. M. NaelyAzhad, M.Si selaku dosen penguji, Ibu Dr. Nurul Qomariyah SE, MM selaku pembimbing I dan Bapak Budi Santoso SE, MM, MA selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi pengarahan perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini serta memberikan saran dan petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
6. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa dan semangat.
7. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember 2014 tanpa terkecuali atas kebersamaannya.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun bagi penelitian ini.

Akhir kata peneliti mengharapkan semoga kripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran. Semoga Allah SWT tetap memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Amin.

Jember,09 Juli 2018

Peneliti



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Pemasaran .....	11
2.2 Bauran Pemasaran .....	12
2.3 Efektifitas Iklan .....	25
2.4 Penelitian Terdahulu .....	28
2.5 Kerangka Konseptual .....	29
2.6 Hipotesis Penelitian.....	30
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Identifikasi Variabel.....	33
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.3 Desain Penelitian.....	35

3.4 Metode Pengambilan Sampel.....	35
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7 Skala Pengukuran Data.....	38
3.8 Analisis Data.....	39
3.9 Uji Instrumen.....	39
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	46
4.2 Analisis Deskriptif.....	49
4.3 Hasil Analisis Data.....	59
4.4 Pembahasan.....	69
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Lipstik.....	2
Tabel 1.2 Data Pengguna Lipstik pada mahasiswi .....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 4.1 Responden Menurut Usia.....	50
Tabel 4.2 Responden Menurut Pernah Melihat Tayangan Iklan.....	50
Tabel 4.3 Responden Menurut Berapa Kali Membeli .....	51
Tabel 4.4 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Empati .....	52
Tabel 4.5 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Persuasion.....	54
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Impact .....	55
Tabel 4.7 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Communication.....	57
Tabel 4.8 Frekuensi Pernyataan Responden terhadap Efektifitas Iklan.....	58
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas .....	60
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	61
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	67
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Wardah .....	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	64
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	66



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner

Lampiran 2 Identitas Responden

Lampiran 3 Rekapitulasi Kuesioner

Lampiran 4 Frekuensi Pertanyaan Responden

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Lampiran 8 Tabel R Product Moment, Distribusi F dan Distribusi T

Lampiran 9 Jurnal Terdahulu

