

**ANALISIS PERIKLANAN MELALUI *ENDORSEMENT* DAN PERILAKU
KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN BRAND MS. GLOW TEUKU
UMAR BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Endah Tri Setiarini

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar

SARJANA EKONOMI



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU
LAMPUNG**

2021

**ANALISIS PERIKLANAN MELALUI *ENDORSEMENT* DAN PERILAKU
KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN BRAND MS. GLOW TEUKU
UMAR BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Endah Tri Setiarini

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar

SARJANA EKONOMI



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU
LAMPUNG**

2021

ABSTRAK

Endah Tri Setiarini. Analisis Periklanan Melalui Endorsment dan Perilaku Konsumen Terhadap Penjualan Brand Ms.Glow Teuku Umar Bandar Lampung. (Dibawah bimbingan Atmi Saptarini, S.E,M.M sebagai pembimbing I dan Dhel Juni Pasya S.E, M.M sebagai pembimbing II) xiv + 73 halaman + 14 tabel + 2 gambar dan lampiran – lampiran.

Sebuah perusahaan didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan hasil penjualan. Perkembangan perusahaan dan laba yang dicapai perusahaan dapat digunakan sebagai tolak ukur terhadap keberhasilan sebuah perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya. Kesuksesan dunia bisnis tidak terlepas dari adanya aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Agar produk yang dihasilkan terjual maka perusahaan harus menyusun strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan perusahaan guna meningkatkan hasil penjualan, salah satunya dengan cara memperluas pemasaran.

Dalam penelitian ini difokuskan pada strategi pemasaran yang berupa periklanan dengan pemanfaatan metode *endorsment*, dimana *endorsment* adalah metode menggunakan juru bicara untuk memuji atau mendukung suatu brand, atau pesan yang oleh konsumen dianggap merefleksikan opini, keyakinan atau pengalaman dari individu atau kelompok. Selain dari pada periklanan yang berpengaruh terhadap penjualan, ilmu tentang perilaku konsumen juga berpengaruh terhadap penjualan fokusnya pada faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan kegiatan pembelian.

Masalah dalam penelitian ini adalah meningkatnya jumlah penjualan dari brand Ms.Glow Teuku Umar Bandar Lampung. Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah Apakah periklanan melalui *endorsment* berpengaruh terhadap penjualan, Apakah perilaku konsumen berpengaruh terhadap penjualan dan Apakah periklanan dan perilaku konsumen berpengaruh terhadap penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari periklanan melalui *endorsment* terhadap penjualan, pengaruh dari perilaku konsumen terhadap penjualan dan pengaruh dari periklanan melalui *endorsment*, perilaku konsumen terhadap penjualan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan kuisisioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda dengan Uji Hipotesis berupa Uji t dan Uji f serta Koefisien Determianasi. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan maka diperoleh hasil bahwa periklanan melalui *endorsment* tidak berpengaruh terhadap penjualan, perilaku konsumen berpengaruh terhadap penjualan dan periklanan melalui *endorsment* dan perilaku konsumen berpengaruh terhadap penjualan.

Kata kunci : *Endorsment*, Perilaku Konsumen dan Penjualan

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS PERIKLANAN MELALUI ENDORSEMENT DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN BRAND MS. GLOW TEUKU UMAR BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Endah Tri Setiarini**

NPM : 17010070

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Pembimbing I,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Atmi Saptarini", written over a circular stamp.

Atmi Saptarini, S.E., M.M
NIDN 0211097301

Pembimbing II,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Dhel Juni Pasya", written over a circular stamp.

Dhel Juni Pasya, S.E., M.M
NIDN 0210109202

2. Ketua Program Studi,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Dewi Mariam Widiniarsih", written over a circular stamp.

Dewi Mariam Widiniarsih, S.E., M.M.
NIDN 0219088804

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Atmi Saptarini, S.E, M.M**

Sekretaris : **Dhel Juni Pasya, S.E, M.M.**

Penguji Utama : **Drs. M. Ali Khan, M.M**

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Pringsewu Lampung

Sapto Yuwono, S.Pd., M.M.

NBM. 672194



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Senin, 02 Agustus 2021

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

- Kedua orang tuaku, Bapak Ahyar Asrori dan Ibu Sumarni terima kasih untuk segalanya cinta, kasih sayang dan semua dukungan yang mengiriku selama 22 tahun ini, aku cinta kalian.
- Diriku sendiri yang sudah mau diajak bekerja sama dan kompromi dalam segala situasi.
- Kakak – kakak ku Asniar, Aswin Hanafi dan Prima Wisnu Wardhana terimakasih untuk semangat, support yang selalu diberikan.
- Patra, terima kasih selalu jadi *support system* sampai terselesainya skripsi ini.
- Sahabat – sahabat ku (Keluarga Berencana) Satria, Langgeng, Luluk, Mita Ok, Mirul, Dita, Bella, Indah, Desti, Eva, Sukma, Mega yang selalu saling memotivasi, menghibur dan memberi semangat selama masa perkuliahan.
- Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang banyak memberikan kenangan manis.

MOTTO

“ Kalau kamu gak berjalan sekarang, berarti besok kamu harus siap berlari
Kalau kamu gak melakukan yang terbaik, jangan berharap kamu dapat yang
terbaik ”

(ETS - 2021)

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Kaliwungu, pada tanggal 18 Agustus 1999, penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara dari Bapak Ahyar Asrori dan Ibu Sumarni.

A. Riwayat Pendidikan

Pendidikan yang pernah penulis tempuh adalah :

1. SD Negeri 1 Kaliwungu, tamat pada tahun 2011
2. SMP Negeri 1 Kalirejo, tamat pada tahun 2014
3. SMA Negeri 1 Kalirejo, tamat pada tahun 2017
4. Sejak tahun 2017 tercatat sebagai mahasiswa Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung, Jurusan Manajemen.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, berkat rahmat dan ridho Allah SWT. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu dengan judul “Analisis Periklanan Melalui *Endorsment* dan Perilaku Konsumen Terhadap Penjualan Brand Ms.Glow Teuku Umar Bandar Lampung” . Meskipun penelitian ini masih jauh dari yang diharapkan, namun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin dalam menyusun penelitian ini agar hasil yang diperoleh dapat optimal dan dapat berguna bagi banyak pihak.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak menerima masukan dan saran yang berguna dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Sapto Yuwono, S.Pd, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan dukungan dan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan.
2. Atmi Saptarini, S.E, M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung dan selaku pembimbing I yang dengan sabar memberikan arahan dan petunjuk dalam menyusun skripsi ini.
3. Dewi Mariam Widiniarsih, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
4. Dhel Juni Pasya, S.E, M.M selaku pembimbing II yang telah memberikan masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa angkatan 2017 kelas B Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu dan pihak lain yang ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini maka diharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca, dan semoga dengan disusunnya skripsi ini dapat memberikan manfaat yang berguna bagi semua yang membaca serta atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Kaliwungu, 04 Maret 2021

Endah Tri Setiarini
17010070

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	7
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	
A. PENJUALAN.....	9
1. Pengertian Penjualan	9
2. Konsep Penjualan	10
3. Jenis Penjualan	10
4. Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan	11
5. Indikator Penjualan	14
B. Periklanan.....	14
1. Teori Periklanan	15
2. Pengertian Periklanan	15
3. Tujuan Periklanan	17
4. Media Periklanan	19

5. <i>Endorsment</i>	23
a. Pengertian <i>Endorsment</i>	23
b. Peran <i>Endorsment</i>	25
c. Indikator <i>Endorsment</i>	26
C. Perilaku Konsumen	27
1. Teori Perilaku Konsumen	27
2. Pengertian Perilaku Konsumen	27
3. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	29
4. Indikator Perilaku Konsumen	32
D. Kerangka Pikir	33
E. Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian.....	36
B. Definisi Operasional Variabel.....	36
C. Metode Pengumpulan Data	38
D. Instrument Penelitian	39
E. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	43
F. Metode Analisis Data	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Situasi dan Kondisi Tempat Penelitian	51
B. Pengumpulan Dan Penyajian Data	52
C. Analisis Data	53
1. Analisis Instrumen Penelitian	53
2. Analisis Statistik	60
3. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	62
D. Pembahasan dan Hasil Penelitian	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	72
B. Saran.....	72

DAFTAR KEPUSTAKAAN	74
--------------------------	----

LAMPIRAN – LAMPIRAN	76
---------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 3.1 Kisi – Kisi Kuisisioner	40
Tabel 3.2 Koefisien Korelasi	50
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Tryout	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Tryout <i>Endorsment</i>	56
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Tryout Perilaku Konsumen	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Tryout Penjualan	57
Tabel 4.6 Tanggapan Terhadap Variabel <i>Endorsment</i>	58
Tabel 4.7 Tanggapan Terhadap Variabel Perilaku Konsumen	59
Tabel 4.8 Tanggapan Terhadap Variabel Penjualan	60
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Berganda	61
Tabel 4.10 Hasil Uji t <i>Endorsment</i> Terhadap Penjualan.....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji t Perilaku Konsumen Terhadap Penjualan	64
Tabel 4.12 Hasil Uji F	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Presentase Responden Berdasarkan Usia	53

