



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

**ANALISIS EFEKTIFITAS PERIKLANAN SEPEDA
MOTOR SUZUKI NEX DENGAN MENGGUNAKAN
METODE EPIC MODEL**

SKRIPSI

**ARI SETIAWAN
0910111018**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2013**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri,
dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Ari Setiawan

NIM : 091.0111.018

Tanggal : 17 Oktober 2013

Tanda Tangan :



ANALYSIS OF ADVERTISING EFFECTIVENESS MOTORCYCLE SUZUKI NEX MODELS USING THE EPIC

By :

ARI SETIAWAN

Abstract

This study entitled "Analysis of advertising effectiveness motorcycle Suzuki Nex models using the EPIC" aims to investigate the effectiveness of advertising Suzuki nex based EPIC model method (Emphaty, Persuasion, Impact, Communication). Object of this study is the Student Universitas Pembangunan Nasional "veteran" Jakarta has ever seen, heard or seen ads on television commercials Suzuki nex. There were 100 respondents who participated in this study. The sampling technique used was convenience sampling method. EPIC in terms of dimensions, it was found that the Suzuki ad nex effective enough to influence the customers living in South Jakarta, among the 4 dimensions, communication is the most dominant factor that can be seen from the figure IV.4.1. The results achieved in this study is expected to be a material consideration for the company's progress and useful for writers as well as those reading this paper.

Keywords: Advertising Analysis and Methods EPIC Model

ANALISIS EFEKTIFITAS PERIKLANAN SEPEDA MOTOR SUZUKI NEX DENGAN MENGGUNAKAN METODE EPIC MODEL

Oleh :

ARI SETIAWAN

Abstrak

Penelitian ini berjudul “Analisis efektifitas periklanan sepeda motor Suzuki Nex dengan menggunakan metode EPIC model ”bertujuan untuk menyelidiki efektifitas periklanan Suzuki nex berdasarkan metode model EPIC (Emphaty, Persuasion, Impact, Communication). Objek penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Jakarta yang pernah melihat, mendengar atau menyaksikan iklan Suzuki nex di iklan televisi. Ada 100 responden yang terlibat dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode convenience sampling. Ditinjau dari dimensi EPIC, ditemukan bahwa iklan Suzuki nex cukup efektif untuk mempengaruhi pelanggan yang tinggal di Jakarta selatan, diantara 4 dimensi, komunikasi adalah faktor paling dominan yang dapat dilihat dari gambar IV.4.1. Hasil yang dicapai didalam penelitian ini diharapkan jadi bahan pertimbangan untuk kemajuan perusahaan dan bermanfaat bagi penulis maupun yang membaca penulisan ini.

Kata kunci : Analisis Periklanan dan Metode EPIC Model

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ari Setiawan
NIM : 091.0111.018
Fakultas :Ekonomi
Program Studi :Manajemen
JenisKarya : Skripsi

Demi pembangunan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“ Analisis efektifitas periklanan sepeda motor Suzuki Nex dengan menggunakan metode EPIC model “

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 17 Oktober 2013





**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAKARTA**

**ANALISIS EFEKTIFITAS PERIKLANAN SEPEDA
MOTOR SUZUKI NEX DENGAN MENGGUNAKAN
METODE EPIC MODEL**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

**ARI SETIAWAN
0910111018**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
2013**

SKRIPSI

**ANALISIS EFEKTIFITAS PERIKLANAN SEPEDA
MOTOR SUZUKI NEX DENGAN MENGGUNAKAN
METODE EPIC MODEL**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**ARI SETIAWAN
0910111018**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal : 14 September 2013
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

Pembimbing



(Yulinia, SE, MM)

Jakarta, 17... Oktober..... 2013

**Mengetahui,
Ketua Program Studi S - 1 Manajemen**



(Drs. Nurmatias, MM)



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Sekretariat : Jl. RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450. Telp. 7656971, 7692856 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom.upnvj.ac.id

BERITA ACARA KOMPREHENSIF (SKRIPSI) SEMESTER GENAP T.A 2012/2013

Hari ini Sabtu, tanggal 14 September 2013, telah dilaksanakan Ujian **Komprehensif (Skripsi)** bagi mahasiswa:

Nama Mahasiswa : **Ari Setiawan**

No. Pokok : 0910.111.018

Program : **S-1 MANAJEMEN (REGULER)**

Dengan Judul Skripsi Sebagai Berikut :

" ANALISIS EFEKTIFITAS PERIKLANAN SEPEDA SEPEDA MOTOR SUZUKI NEX DENGAN MENGGUNAKAN METODE EPIC MODAL ".

Dinyatakan yang bersangkutan (Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda tangan
1.	Diana Tri Wardhani, SE, MM	Ketua	
2.	Suharyati, SE, MM	Anggota I	2.
3.	Yuliniar, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 14 September 2013
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprog. S-1 Manajemen

Drs. Nurmatias, MM

SI-Manajemen

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“ hidup adalah pilihan, selagi anda dapat memilih, pilihlah yang terbaik dari yang terbaik “

Persembahan

skripsi ini saya persembahkan kepada Allah SWT, kedua orang tua, dan seluruh kerabat yang telah memberikan segala dukungan dengan tulus demi terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih semua😊.

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan dengan judul “ **analisis efektifitas periklanan sepeda motor Suzuki Nex dengan menggunakan metode EPIC model** “.

Tujuan penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Jakarta.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung, hingga selesainya penyusunan skripsi ini, untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Koesnadi Kardi, M.sc, RCDS selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Ibu Dr. Hj. Erna Hernawati, CPMA, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Bapak Drs. Nurmatias, MM, selaku Kaprog S-1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Ibu Yuliniar, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan dalam meluangkan waktunya membimbing, mengarahkan dan memberikan banyak saran kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
5. Orang tuaku Yang telah memberikan kasih sayang yang tulus dan adikku yang selalu memberikan semangat.
6. Pimpinan, Pengajar dan staff Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

7. Para Responden yang telah membantu mengisi kuisisioner yang telah saya buat sebelumnya.
8. Para teman-teman sejawat khususnya Indra Pramudiyanto, Gagah Parung, Jay Alinsky, Vitha Prastika dan semua teman-teman yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi serta saran-saran dalam penullisan skripsi ini.
9. Para rekan satu tim futsal yang bernama “lift hura-hura” yang telah membuat saya bersemangat dalam keadaan susah maupun senang.
10. semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan, terima kasih atas masukan, dukungan, perhatian dan semuanya.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan bersifat membangun dari semua pihak.

Jakarta, 17 Oktober 2013



Ari Setiawan

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Boyolali pada tanggal 14 Desember 1990 dari ayah Suliyo dan Ibu Sarti. Penulis merupakan putra pertama dari dua bersaudara. Tahun 2009 penulis lulus dari SMA Muhammadiyah 25 Pamulang dan pada tahun yang sama masuk Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis memilih Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen S1. Selama mengikuti perkuliahan, penulis aktif dalam organisasi perkuliahan. Diantaranya menjadi anggota di Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen S1 tahun ajaran 2009-2013.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah bekerja pada PT. Mitra Utama Global sebagai staff administrasi HRD pada tahun 2013 sampai saat ini.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Pernyataan Orisinalitas	ii
Abstrak.....	iii
Pernyataan Persetujuan Publikasi	v
Halaman Judul	vi
Lembar Pengesahan.....	vii
Berita Acara Komprehensif	viii
Persembahan	ix
Prakata	x
Riwayat Hidup.....	xii
Daftar Isi	xiii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar	xviii
Daftar Lampiran	xix

BAB I PENDAHULUAN

I. 1.	Latar Belakang.....	1
I.2.	Perumusan Masalah	3
I.3.	Tujuan Penelitian	3
I.4.	Manfaat Hasil Penelitian.....	3

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

II. 1.	Hasil Penelitian Terdahulu	5
II. 2.	Landasan Teori	7
II. 2. 1.	Promosi.....	7
II. 2. 2.	Anggaran Promosi	9
II. 2. 3.	Pengertian Periklanan	10

II. 2. 4.	Tujuan Periklanan.....	11
II. 2. 5.	Anggaran Periklanan	14
II. 2. 6.	Efektifitas Iklan	15
II. 2. 7.	Pengertian Merek.....	15
II. 2. 7. 1	Bagian Dari Merek	16
II. 2. 7. 2.	Manfaat Merek Bagi Penjual.....	16
II. 2. 7. 3.	Merek Kelompok.....	17
II. 2. 7. 4.	Merek Ganda	18
II. 2. 7. 5.	Penempatan Merek Kembali	18
II. 2. 7. 6.	Dua Macam Strategi Dari Merek (Brand).....	18
II. 2. 8.	Pengetahuan Merek	19
II. 2. 9.	Efektifitas Periklanan Diukur Dengan Metode EPIC.....	20
II. 3.	Kerangka Pemikiran	21

BAB III METODE PENELITIAN

III. 1	Definisi Operasional dan Pengukuran variabel.....	24
III. 1. 1.	Definisi Operasional.....	24
III. 1. 2.	Pengukuran Variabel.....	24
III. 2.	Metode Penentuan Populasi dan Sampel	25
III. 2. 1.	Populasi	25
III. 2. 2.	Sampel.....	26
III. 3	Metode Pengumpulan Data	27
III. 3. 1.	Jenis Data	27
III. 3. 2.	Sumber Data.....	27
III. 3. 3.	Pengumpulan Data	27
III. 4.	Metode Analisis	28
III. 4. 1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	29
III. 4. 2.	Skor Rata-rata.....	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

IV. 1.	Deskripsi Objek Penelitian	33
IV. 1. 1.	Sejarah Perusahaan	33
IV. 1. 2.	Profil Suzuki nex.....	35
IV. 2.	Deskripsi Data Penelitian.....	37
IV. 2. 1.	Data Responden	37
IV. 2. 2.	Uji Validitas dan Reliabilitas	38
IV. 3.	Analisis Data.....	41
IV. 4.	Analisis Skor Rata-rata	53
IV. 5.	Pembahasan.....	60

BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... 63

V. 1.	Kesimpulan.	63
V. 2.	Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA..... 66

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III. 1. 2 Pengukuran Variabel.....	25
Tabel III. 3. 1 Bobot Nilai Berdasarkan Skala Likert	28
Tabel III. 3. 2 Kisi-kisi Pengembangan Instrumen	28
Tabel III. 4. 1 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	30
Tabel IV. 2. 1 Jenis Kelamin.....	37
Tabel IV. 2 Hasil Uji Validitas	39
Tabel IV. 3 Emphaty 1	41
Tabel IV. 4 Emphaty 2.....	41
Tabel IV. 5 Emphaty 3.....	42
Tabel IV. 6 Emphaty 4.....	42
Tabel IV. 7 Emphaty 5.....	43
Tabel IV. 8 Emphaty 6.....	43
Tabel IV. 9 Persuasion 1	44
Tabel IV. 10 Persuasion 2.....	44
Tabel IV. 11 Persuasion 3.....	45
Tabel IV. 12 Persuasion 4.....	45
Tabel IV. 13 Persuasion 5.....	46
Tabel IV. 14 Persuasion 6.....	46
Tabel IV. 15 Impact 1	47
Tabel IV. 16 Impact 2.....	47
Tabel IV. 17 Impact 3.....	48
Tabel IV. 18 Impact 4.....	48
Tabel IV. 19 Impact 5.....	49
Tabel IV. 20 Impact 6.....	49
Tabel IV. 21 Communication 1	50
Tabel IV. 22 Communication 2	50

Tabel IV. 23	Communication 3	51
Tabel IV. 24	Communication 4	51
Tabel IV. 25	Communication 5	52
Tabel IV. 26	Communication 6	52
Tabel IV. 4. 1	Faktor Emphaty	54
Tabel IV. 4. 2	Faktor Persuasion	55
Tabel IV. 4. 3	Faktor Impact	55
Tabel IV. 4. 4	Faktor Communication	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	kerangkapemikiran	23
Gambar IV. 4. 1	Skala EPIC	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuisisioner

Lampiran 2 data 100 Responden

Lampiran 3 Output SPSS UjiValiditasdanReliabilitas

Lampiran 4 SuratRiset