

**HUBUNGAN ANTARA IKLAN DENGAN CITRA MEREK TEH BOTOL
SOSRO PADA MAHASISWA TATA NIAGA DI UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA**

ABDUL HARIS

8135118126



**Skripsi ini Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

***THE CORRELATION BETWEEN ADVERTISING WITH BRAND IMAGE
OF TEA BOTTLE SOSRO STUDY PROGRAM OF COMMERCE
EDUCATION UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

ABDUL HARIS

8135118126



***Skripsi is Written as Part Of Bachelor Degree in Education Accomplishment Of
Faculty of Economic At State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION
DEPARTEMENT OF ECONOMICS AND ADMINISTRATION
FACULTY OF ECONOMIC
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015***

ABSTRAK

ABDUL HARIS. Hubungan Antara iklandengan Citra Merek Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Di Universitas Negeri Jakarta. Skripsi, Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan berdasarkan data atau fakta yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, *reliable*) tentang hubungan antara iklan dengan citra merek Teh Botol Sosro pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan korelasional. Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Jakarta, selama tiga bulan terhitung sejak April 2015 sampai dengan Juni 2015. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Pendidikan Tata Niaga (angkatan 2011, 2012, 2013 dan 2014. mahasiswa Pendidikan Tata Niaga (Angkatan 2011, 2012 dan 2013) yang menggunakan produk Teh Botol Sosro dengan jumlah 118 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* sebanyak 89 orang.

Teknik analisis data dimulai dengan mencari persamaan regresi sederhana, dimana persamaan regresi yang diperoleh adalah $\hat{Y} = 24,90 + 0,572 X$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X ($Y - \hat{Y}$) dengan uji liliefors diperoleh $L_{hitung} = 0,068$, sedangkan L_{tabel} untuk $n = 89$ pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,94. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran regresi Y atas X ($Y - \hat{Y}$) berdistribusi normal. Uji linearitas regresi diperoleh $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $F_{hitung} = 1,46 < F_{tabel} = 1,70$, sehingga disimpulkan bahwa model persamaan regresi tersebut linier. Dari uji keberartian regresi diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $F_{hitung} = 50,95 > F_{tabel} = 3,96$, artinya model persamaan regresi tersebut berarti. Koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson diperoleh $r_{xy} = 0,608$, maka ini berarti terdapat hubungan yang positif antara Iklan dengan Citra Merek. Selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji-t dan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $t_{hitung} = 7,14 > t_{tabel} = 1,68$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan iklan dengan kepuasan Citra Merek. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 36,93% yang menunjukkan bahwa 36,93% Citra Merek ditentukan oleh Iklan.

Hasil penelitian ini telah membuktikan adanya hubungan yang positif antara iklan dengan citra merek Teh Botol Sosro Pada Mahasiswa Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta

Kata Kunci: Iklan, Citra Merek.

ABSTRACT

ABDUL HARIS.*The relationship between advertising sosro tea brand image with a bottle on the marketing of education students in jakarta state university .A thesis , jakarta .The marketing of education study program , the economy and administration , the economics faculty , jakarta state university .2015 .*

This research aims to get information and knowledge based on data or the fact that proper (valid , true , valid) (reliable and trustworthy , reliable about the relationship between advertising sosro tea brand image with a bottle on the marketing of education students in jakarta state university.

The method used is a method of survey research with the approach of correlational .This research was conducted in jakarta state university , for three months starting from april 2015 until june 2015 .This research is the whole population in the marketing of education students (the 2011 , 2012 , 2013 and 2014 . The marketing of education students (the 2011 , 2012 and 2013) sosro product that uses a bottle of tea with the number of 118 students .The sample collection technique used is purposive techniques of sampling as many as 89 people.

Data analysis techniques starts with finding a simple regression equation, which is derived regression equation $y = 24.90 + 0.572 X$ Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X ($Y - \hat{Y}$) with test Liliefors obtained $L_{hitung} = 0.068$, whereas L_{tabel} for $n = 89$ at 0.05 significance level was 0.94. Because $L_{hitung} < L_{tabel}$ the estimated error of regression of Y on X ($Y - \hat{Y}$) normal distribution. Linearity test regression $F_{hitung} < F_{table}$ is $F_{hitung} = 1.46 < F_{table} = 1.70$, so it was concluded that the linear regression model. Significance of regression test $F_{hitung} > F_{table}$, namely $F_{hitung} = 50.95 > F_{table} = 3.96$, meaning that the mean regression model. The correlation coefficient of Pearson Product Moment obtained $r_{xy} = 0.608$, then this means there is a positive relationship between the ad with the brand image. Furthermore, the correlation coefficient significance test was done using t-test and obtained $t > t_{table}$, namely $t = 7.14 > t_{table} = 1.68$, so it can be concluded that there is a significant relationship with satisfaction ads Brand Image. The coefficient of determination obtained at 36.93%, which indicates that 36.93% Brand image is determined by the ad.

The results of this research has proved the existence of a positive relationship between advertising a brand image with a bottle sosro tea on the marketing of students in jakarta state university.

Keywords: Advertising, Brand Image

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana ES, M. Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M. Si</u> NIP. 19531117 198203 2 001	Ketua Penguji		9 Juli 2015
2. <u>Dra. Dientje Griandini, M. Pd</u> NIP. 19540403 198503 2 002	Penguji Ahli		9 Juli 2015
3. <u>Dita Puruwita, M. Si</u> NIP. 19820908 201012 2 004	Sekretaris		9 Juli 2015
4. <u>Dra. Rochyati, M. Pd</u> NIP. 19550722 198210 2 001	Pembimbing I		9 Juli 2015
5. <u>Dra. Nurahma Hajat, M. Si</u> NIP. 19531002 198503 2 001	Pembimbing II		9 Juli 2015

Tanggal Lulus : 9 Juli 2015
.....

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya Asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2015



ABDUL HARIS

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Kemajuan bukanlah karena memperbaiki apa yang telah kau lakukan, tapi mencapai apa yang belum kau lakukan

Pertama- tama tanyakan pada dirimu apa yang akan kau raih, lalu lakukan apa yang perlu lakukan

Skripsi ini saya persembahkan untuk

Kedua orang tua yang sangat saya kagumi, kaka, abang, keluarga besar, sahabat, teman-teman, dan semua orang yang peduli dengan saya.

Dan

Sekali lagi, karya ini bukti pencapaian diri melalui mereka yang percaya

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan karunianya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Selama satu semester peneliti melakukan penelitian untuk menemukan hasil skripsi ini. Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Banyak pihak yang sudah membantu dalam proses pembuatan sampai selesainya skripsi ini. Dukungan dalam bentuk bimbingan, motivasi, doa, dan juga saran yang diterima peneliti dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dra. Rochyati, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing I yang meluangkan waktunya untuk membimbing dengan penuh kesabaran dan kasih sayang, dan atas saran sangat bermanfaat bagi penyusunan skripsi ini.
2. Drs. Nurahma Hajat, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang juga berperan sebagai orang tua di kampus, dan atas dukungan serta semangat yang diberikan.
3. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si., selaku Kaprodi Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta
4. Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si., Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Drs. Dedy Purwana E.S, M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta

6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ekonomi dan Administrasi khususnya Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
7. Kedua orang tua peneliti, Bapak Muchtar Panggabean dan Ibu Rohani Harahap yang selalu memberikan kasih sayang tulus dan memberikan dukungan secara moril dan materil.
8. Kepada kaka peneliti, Riris murdianisah, Doly iskandar dan Arif Oktriadi Putra yang selalu dijadikan oleh peneliti bahan motivasi.
9. Sahabat yang sangat luar biasa, Samiya yangselalu memberikan dorongan untuk segera menyelesaikan kuliah
10. Seluruh teman-teman Pendidikan Tata Niaga Angkatan 2011 Non Reguler selama kurang lebih 4 tahun bersama, bertemu, dan menimba ilmu. Kalian luar biasa membuat hidup berwarna.
11. Teman di luar jurusan FE, Idham, Riswan, Makhbub, Wildan, dan seluruh got fip
12. Mama , pemberi motivasi, pemberi dukungan, dan pemberi rasa kasih sayang kepada peneliti.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak yang memerlukan. Kritik dan saran yaang membangun sangat peneliti harapkan.

Jakarta, 23 Juni 2015

ABDUL HARIS