

**PENGARUH MODEL AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PADA IKLAN *TRUEVIEW* DI *YOUTUBE*
(Studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE INFLUENCE OF AIDA MODEL TOWARDS PURCHASE DECISION
OF PRODUCT IN TRUEVIEW ADVERTISEMENT ON YOUTUBE
(Study on Muhammadiyah University of Yogyakarta's students)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
RIZKY PANDU PANGESTI
20130410087

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Rizky Pandu Pangesti

Nomor Mahasiswa : 20130410087

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH MODEL AIDA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA IKLAN TRUEVIEW DI YOUTUBE (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Apabila dalam skripsi ini diketahui terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 20 April 2017



Rizky Pandu Pangesti

MOTO

“Man Jadda Wa Jadda”

Barang siapa yang bersungguh-sungguh
maka akan mendapatkannya

“Fastabiqul Khoirot”

Berlomba-lombalah dalam kebaikan
(QS. Al Baqarah: 148)

“Innama Amruhu Idza Arada Sya’ian

An Yaqula Lahu Kun Fayakun”

Sesungguhnya bilamana Allah menghendaki sesuatu terjadi

maka terjadilah

(QS. Yasin: 82)

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu

maka dia berada di jalan Allah”

(HR. Turmudzi)

“There is no limit of struggling”

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya persembahkan skripsi ini kepada

Ayah dan Ibu

Teruntuk Bapak Ragil Syahrudin dan Ibu Admini terimakasih telah menjadi orang tua, guru serta sahabat yang senantiasa memberikan kasih sayang, dukungan serta do'a yang tiada hentinya hingga saat ini saya dapat menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar sarjana

Adik

Teruntuk Adiku Ibnu Sabtyo Nur Pangestu yang selama ini telah menjadi saudara serta sahabat yang selalu memberikan dukungan serta do'a

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERYATAAN	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN ERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Model AIDA.....	9
2. Keputusan Pembelian	13
3. Iklan.....	17
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
C. Hipotesis.....	22
D. Model Penelitian	28
BAB III	29
METODE PENELITIAN.....	29
A. Obyek/Subyek Penelitian	29
B. Jenis Data	29
C. Teknik Pengambilan Sempel.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	32
1. Uji Validitas	32
2. Uji Reliabilitas.....	33
G. Analisa Data Dan Uji Hipotesis	33
1. Regresi Linear Berganda	33
2. Uji Hipotesis Secara Simultan (F).....	34
3. Uji Hipotesis Secara Parsial (t).....	35
4. Koefisien Determinasi	35

BAB IV	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian	36
1. Obyek Penelitian	36
2. Subyek Penelitian	38
B. Analisis Deskriptif	38
C. Uji Kualitas Instrumen dan Data	40
1. Uji Validitas	40
2. Uji Reliabilitas	42
E. Hasil Penelitian	43
1. Hasil Analisis Jawaban Responden	43
2. Hasil Analisis Regresi	46
3. Hasil Uji Hipotesis	48
D. Pembahasan	50
BAB V	56
SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	56
A. Simpulan	56
B. Keterbatasan Penelitian	56
C. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4.1. Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2. Kriteria Responden Berdasarkan Umur	39
Tabel 4.3. Kriteria Responden Berdasarkan Fakultas	39
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Attention</i>	40
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Interest</i>	41
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Desire</i>	41
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Action</i>	42
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.10. Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel <i>Attention</i>	43
Tabel 4.11. Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel <i>Interest</i>	44
Tabel 4.12. Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel <i>Desire</i>	44
Tabel 4.13. Hasil Analisis Jawaban Responden Variabel <i>Action</i>	45
Tabel 4.14. Analisis Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.15. Hasil Analisis Regresi Linear	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Hierarki Respon	9
Gambar 2.2. Model AIDA	10
Gambar 2.3. Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.4. Model Penelitian	28