

“Analisis Efektivitas Iklan *Wall’s Ice Cream Sandwich* terhadap keputusan melakukan pembelian di Yogyakarta ”

Skripsi



Disusun oleh :

Nama : Shierly

NIM : 11130044

Dosen Pembimbing :

Jonathan Herdioko, SE., MM

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

2017

**Analisis Efektivitas Iklan *Wall's Ice Cream Sandwich*
terhadap keputusan melakukan pembelian di Yogyakarta**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis

Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Persyaratan Gelar Sarjana Ekonomi (S1)

Disusun oleh :

SHIERLY

No Induk Mahasiswa : 11130044

Jurusan : Manajemen

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

2017

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN *WALL'S ICE CREAM SANDWICH* TERHADAP
KEPUTUSAN MELAKUKAN PEMBELIAN DI YOGYAKARTA

Telah di ajukan dan dipertahankan oleh :

SHERLY

11130044

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi

Pada tanggal 28 April 2017

Dosen Penguji :

1. Jonathan Herdioko, SE, MM

2. Dr. Singgih Santoso, MM

3. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si

Yogyakarta, 4 Mei 2017

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Singgih Santoso, MM

Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

Halaman Keaslian Skripsi

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

Analisis Efektivitas Iklan *Wall's Ice Cream Sandwich* terhadap keputusan melakukan pembelian di Yogyakarta

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari di dapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 10 - April - 2017



SHIERLY

11130044

HALAMAN KATA MUTIARA

Jannganlah takut sebab Aku menyertai engkau, janganlah engkau bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan

Yesaya 41:10

Every struggle in you life has shaped you, into a person you are today. Be thankful for the hard times, they can make you stronger

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya khaturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu menyertai dan member pertolongan dalam hidup ini. Atas kasih karuniaNya dan berkat yang tiada pernah habisnya Ia berikan di hidupku, sehingga saat ini saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga saya yang terutama kedua orang tua saya karena atas berkat kedua orang tua saya, saya dapat menimba ilmu dari kecil hingga saat ini. Atas jasa mereka berdua yang sudah bersusah payah membesarkan dan merawat saya sejak kecil, dan saya belum dapat membalas apapun atas apa yang mereka lakukan untuk hidup saya. Semoga dengan hasil pencapaian saya ketika di bangku kuliah ini dapat membuat mereka senang walau itu belum seberapa.
3. Kakak kakak saya yang sudah mensupport saya dalam segala hal yang saya lakukan. Untuk kakak saya Yulie Christianty dan suaminya Edward Supit yang sudah sangat membantu saya sehingga saya dapat melanjutkan kuliah sampai saat ini dan sudah membiayai serta memfasilitasi keperluan kuliah saya, kata terima kasih saja tidak cukup untuk membalas apa yang sudah dilakukan untuk saya. Untuk kakak saya Amelia dan suaminya Hariyanto yang sudah merawat dan mendidik saya ketika saya di bangku SMA, untuk kakak saya yopie, wenny, dan regan yang member nasehat dan motivasi dalam hidup saya.
4. Dosen Pembimbing saya, Bapak Jonathan Herdioko yang sudah membantu saya dalam proses penyusunan Skripsi

5. Teman teman saya “kemehem” yaitu : Kris, Richard, Jenita, Anggun, Deo, Ivan, Stephanie, Falery yang selalu menemani dari semester awal hingga semester akhir dan selalu member nasehat dan motivasi untuk hidup saya.
6. Pacar saya, Ray el roy yang selalu member dorongan untuk tetap semangat dan selalu menemani saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
7. Bapa rohani saya, Nithania Firgya yang selalu memberi arahan dan masukan yang benar apabila sudah melenceng dari track yang salah. Menjadi contoh teladan dihidupnya karena Thania adalah seseorang yang gigih dan selalu penuh semangat sehingga Thania selalu mempunyai semangat untuk saya menjalani hidup.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan Skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang saya sayangi. Dan semoga Laporan ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang, Aamiinnn.

Yogyakarta, 10 April 2017

Shierly

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas karuniaNya semua dapat berjalan dengan baik tanpa kurang suatu apapun. Atas Anugrah dan pertolonganNya juga kami dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “**Analisis Efektivitas Iklan Wall’s Ice Cream Sandwich terhadap keputusan melakukan pembelian di Yogyakarta**”

Adapun Skripsi ini telah kami usahakan semaksimal mungkin dan tentunya dengan bantuan berbagai pihak, sehingga dapat memperlancar pembuatan skripsi ini. Untuk itu kami tidak lupa menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kami dalam pembuatan Laporan ini.

1. Tuhan Yesus yang selalu menyertai dan member pertolongan dalam hidup ini. Atas kasih karuniaNya dan berkat yang tiada pernah habisnya Ia berikan di hidupku, sehingga saat ini saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga saya yang terutama kedua orang tua saya karena atas berkat kedua orang tua saya, saya dapat menimba ilmu dari kecil hingga saat ini.
3. Kakak kakak saya yang sudah mensupport saya dalam segala hal yang saya lakukan.
4. Dosen Pembimbing saya, Bapak Jonathan Herdioko yang sudah membantu saya dalam proses penyusunan Skripsi
5. Teman teman saya “kemehem” yang selalu menemani dari semester awal hingga semester akhir dan selalu member nasehat dan motivasi untuk hidup saya.

Akhirnya kami mengharapkan semoga dari Skripsi “**Analisis Efektivitas Iklan Wall’s Ice Cream Sandwich terhadap keputusan melakukan pembelian di Yogyakarta**” ini dapat diambil manfaatnya sehingga dapat memberikan inspirasi terhadap pembaca.

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAM PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAKS.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Variabel yang diteliti	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.3 Pengertian Strategi Pemasaran.....	8
2.1.4 Pengertian Iklan	10
2.1.5 Konsep AIDA.....	18
2.1.6 Kepuasan Pembelian.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	26
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 27
3.1 Jenis data dan Sumber Data.....	27
3.1.1 Data Primer	27
3.1.2 Data Sekunder	27
3.1.3 Populasi dan Sampel penelitian.....	27
3.2 Teknik Pengumpulan Data	29
3.2.1 Kuesioner	29
3.3 Variabel Penelitian	29
3.4 Skala Penelitian	30
3.5 Uji Validitas dan Reabilitas.....	31
3.5.1 Uji Validitas.....	31
3.5.2 Uji Realibilitas.....	33
3.6 Alat Analisis.....	35
3.6.1 Analisis Presentasi AIDA.....	35

BAB IV HASIL PENELITIAN	36
4.1 Statistik Deskriptif	36
4.2 Hasil Pengolahan Data.....	37
4.2.1 Pengujian Validitas Kuesioner	37
4.2.2 Pengujian Realibilitas Kuesioner	39
4.3 Metode Analisis Data	39
4.3.1 Analisis Presentase.....	39
4.3.2 Metode Analisis AIDA.....	42
4.3.3 Grafik Efektifitas.....	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1 Simpulan.....	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	

Daftar Tabel

Tabel 3.1 Skala Likert.....	31
Tabel 4.1 Hasil Pengujian validitas	38
Tabel 4.2 Hasil Pengujian validitas	39
Tabel 4.3 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin	40
Tabel 4.4 Jumlah Responden Menurut Usia	40
Tabel 4.5 Jumlah Responden Menurut Pendidikan	41
Tabel 4.6 Jumlah Responden Menurut Pendapatan.....	42
Tabel 4.7 Efektifitas iklan berdasarkan Jawaban responden pada tahap perhatian	44
Tabel 4.8 Efektifitas iklan berdasarkan Jawaban responden pada tahap minat.....	47
Tabel 4.9 Efektifitas iklan berdasarkan Jawaban responden pada tahap keinginan..	49
Tabel 4.10 Efektifitas iklan berdasarkan Jawaban responden pada tahap Tindakan	51

Daftar Gambar

Gambar 4.1 Grafik efektifitas iklan Wall's Ice Cream Sandwich pada tahapan

AIDA.....53

©UKDW

Daftar Lampiran

Lampiran Kuesioner	59
Lampiran data kuesioner.....	63
Lampiran Uji Reliabilitas.....	66
Surat Ijin Penelitian.....	69

©UKDWN

ABSTRAK

Periklanan adalah salah satu pendorong kesuksesan suatu perusahaan melalui promosi. Periklanan merupakan salah satu alat yang paling umum digunakan perusahaan untuk mengarahkan komunikasi persuasif pada masyarakat. Tanpa periklanan perusahaan yang akan mengeluarkan produk barunya tidak akan menjual produknya. Tanpa iklan pula masyarakat tidak akan mengetahui tentang keberadaan suatu produk baru di pasar.

Perusahaan Wall's mengeluarkan produk baru berupa Ice Cream Sandwich. Maka dari itu untuk memasarkan produk barunya tersebut menggunakan sarana iklan supaya masyarakat dapat mengenal produk tersebut. Iklan Wall's Ice Cream Sandwich tersebut dirancang semenarik mungkin agar masyarakat tertarik untuk membeli produk baru tersebut.

Peneliti telah mengambil 100 responden untuk menganalisis keefektifan iklan Wall's Ice Cream Sandwich apakah mempengaruhi dalam pembelian konsumen di Yogyakarta. Dan pengolahan data tersebut menggunakan metode AIDA. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Iklan Wall's Ice Cream Sandwich kurang efektif mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk Wall's Ice Cream Sandwich karena hanya memperoleh presentase sebesar 41% dari 100%. Dan hasil tersebut kurang dari 50% sehingga dinyatakan tidak efektif.

Kata kunci : periklanan, Wall's Ice Cream Sandwich, Efektifitas , AIDA

ABSTRACT

Advertising through promotion is one of drivers of the success of a company. Advertising is one of the most common tools used by companies to direct the persuasive communication in society. Without advertising companies that will be issued a new product will not sell its products. Without advertising are also people will not know about the existence of a new product on the market

Wall's company released a new product in the form of Ice Cream Sandwich. Therefore, in order to market these new products by means of advertising so that people can get to know the product. The Advertising of Wall's Ice Cream Sandwich is designed as attractive as possible so that people will be interested in buying the new product.

Researchers have taken 100 respondents to analyze ad effectiveness Wall's Ice Cream Sandwich does affect the consumer purchases in Yogyakarta. and data processing using AIDA method. Results from this study show that the Wall's Ice Cream Sandwich promotion in as less effective influence towards people to buy the product for it only earn a percentage of 41% The result is less than 50% so declared ineffective.

Keywords: advertising, Wall's Ice Cream Sandwich, Effectiveness, AIDA

ABSTRAK

Periklanan adalah salah satu pendorong kesuksesan suatu perusahaan melalui promosi. Periklanan merupakan salah satu alat yang paling umum digunakan perusahaan untuk mengarahkan komunikasi persuasif pada masyarakat. Tanpa periklanan perusahaan yang akan mengeluarkan produk barunya tidak akan menjual produknya. Tanpa iklan pula masyarakat tidak akan mengetahui tentang keberadaan suatu produk baru di pasar.

Perusahaan Wall's mengeluarkan produk baru berupa Ice Cream Sandwich. Maka dari itu untuk memasarkan produk barunya tersebut menggunakan sarana iklan supaya masyarakat dapat mengenal produk tersebut. Iklan Wall's Ice Cream Sandwich tersebut dirancang semenarik mungkin agar masyarakat tertarik untuk membeli produk baru tersebut.

Peneliti telah mengambil 100 responden untuk menganalisis keefektifan iklan Wall's Ice Cream Sandwich apakah mempengaruhi dalam pembelian konsumen di Yogyakarta. Dan pengolahan data tersebut menggunakan metode AIDA. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Iklan Wall's Ice Cream Sandwich kurang efektif mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk Wall's Ice Cream Sandwich karena hanya memperoleh presentase sebesar 41% dari 100%. Dan hasil tersebut kurang dari 50% sehingga dinyatakan tidak efektif.

Kata kunci : periklanan, Wall's Ice Cream Sandwich, Efektifitas , AIDA

ABSTRACT

Advertising through promotion is one of drivers of the success of a company. Advertising is one of the most common tools used by companies to direct the persuasive communication in society. Without advertising companies that will be issued a new product will not sell its products. Without advertising are also people will not know about the existence of a new product on the market

Wall's company released a new product in the form of Ice Cream Sandwich. Therefore, in order to market these new products by means of advertising so that people can get to know the product. The Advertising of Wall's Ice Cream Sandwich is designed as attractive as possible so that people will be interested in buying the new product.

Researchers have taken 100 respondents to analyze ad effectiveness Wall's Ice Cream Sandwich does affect the consumer purchases in Yogyakarta. and data processing using AIDA method. Results from this study show that the Wall's Ice Cream Sandwich promotion in as less effective influence towards people to buy the product for it only earn a percentage of 41% The result is less than 50% so declared ineffective.

Keywords: advertising, Wall's Ice Cream Sandwich, Effectiveness, AIDA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran sangat dibutuhkan dalam suatu bisnis. Baik itu bisnis kecil maupun besar, Pemasaran digunakan untuk menarik para konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan. Ada beberapa cara yang digunakan untuk menarik konsumen agar tertarik dengan produk yang kita tawarkan baik itu menggunakan diskon, bonus produk, dan lainnya. Pemasaran juga dapat dilakukan melalui banyak sarana atau alat seperti promosi melalui *mouth to mouth*, brosur, media cetak dan sebagainya.

Periklanan sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk mengenalkan produk baru maupun mengingatkan konsumen akan keberadaan suatu produk. Melalui iklan perusahaan dapat menjual produk mereka karena iklan dirancang untuk membangun awareness konsumen terhadap suatu produk yaitu meningkatkan kesadaran konsumen bahwa suatu produk itu ada. Selain itu iklan juga sebagai sarana untuk mendorong keinginan pembeli untuk mencoba produk tersebut. Melalui iklan juga, dapat digunakan untuk memberikan paradigma yang positif mengenai suatu produk yang diiklankan.

Periklanan juga memberikan manfaat banyak bagi perusahaan karena melalui iklan perusahaan dapat menemukan sasaran target yang tepat karena iklan dapat dilihat oleh semua kalangan. Selain itu, iklan dapat mengingatkan pembeli untuk membeli produk tersebut dan bagi para calon pembeli mengerti bahwa produk tersebut ada dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli.

Menurut Rhenald Kasali (1992) “Iklan adalah bagian dari bauran promosi dan bauran promosi adalah bagian dari bauran pemasaran. Jadi secara sederhana iklan didefinisikan sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media. Menurut Kotler (2005) “ Iklan adalah segala bentuk presentasi non-pribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar” .Sedangkan promosi menurut Bayu Swastha (2002) “ Promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran

Wall’s adalah salah satu perusahaan yang menggunakan iklan untuk memasarkan, mengingatkan dan mengenalkan produk mereka ke konsumen. Dalam Laporan ini, penulis mengambil salah satu produk Wall’s yang menggunakan iklan dalam memasarkan produk baru Wall’s yaitu *Wall’s Ice Cream Sandwich*. *Wall’s Ice cream sandwich* merupakan salah satu produk inovasi yang dikeluarkan oleh Wall’s. Iklan tersebut menarik perhatian khususnya dalam kata “I know you want me, you know I want” Karena iklan tersebut memberitahukan kepada konsumen bahwa produk baru dari walls ini dapat member kesegaran yang lebih untuk konsumen yang sedang gerah dan butuh yang segar segar.

Melalui iklan dan promosi, Walls bermaksud agar mendapat tanggapan dan respon dari konsumen sesuai dengan apa yang di harapkan. Keadaan seperti ini digunakan untuk mendorong perusahaan khususnya Walls yang tidak ingin kalah bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Kegiatan promosi merupakan salah satu komponen yang menjadi prioritas dari kegiatan pemasaran. Dengan adanya promosi, maka konsumen akan mengetahui bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Pada Umumnya promosi harus dapat menarik perhatian (*attention*) di mana perusahaan harus bisa

membuat konsumen sadar akan keberadaan produk perusahaan tersebut, mengembangkan ketertarikan (*interest*) dimana pada tahap ini perusahaan member informasi produk, membujuk dan mampu memberikan alasan kenapa konsumen harus membeli produk yang ditawarkan, membangkitkan keinginan (*desire*) dimana tahap memberikan penawaran yang tidak dapat ditolak konsumen agar timbul keinginan dan hasrat untuk membeli produk, dan menggerakkan tindakan (*action*) dimana tahap konsumen mengambil tindakan untuk membeli produk.

AIDA merupakan tahapan dari tujuan iklan. Tujuan iklan yang utama adalah keputusan pembelian atau action . AIDA pertama kali dikenalkan oleh seorang pakar periklanan dan pemasaran di Amerika yaitu E. St. Elmo Lewis. Menurut beliau konsep AIDA merupakan salah satu prinsip untuk menekankan bahwa di dalam periklanan harus mengandung tiga unsure, menarik perhatian (*attract readers*), mengaitkan rasa suka (*interest them*), dan mempercayai (*believe*).

Maka dari itu, penulis akan meneliti apakah iklan mengenai Walls *Ice cream sandwich* sudah efektif membuat konsumen melakukan tindakan pembelian terhadap produk atau belum. Melalui Skripsi ini penulis akan mengangkat judul **“Efektivitas Iklan Wall’s Ice cream sandwich terhadap keputusan pembelian di Yogyakarta”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah iklan Wall’s Ice cream sandwich efektif ditinjau dari tahap tahap AIDA (*Attention, interest, Desire, Action*)

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan untuk mengetahui apakah iklan mengenai Wall's *Ice cream sandwich* tersebut efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk melihat dari segi konsumen apakah ketika mereka melihat promosi yang diberikan oleh *Wall's Ice cream sandwich* membuat mereka melakukan kegiatan pembelian produk atau di tahap iklan tersebut hanya menarik perhatian konsumen, menimbulkan ketertarikan terhadap produk tersebut, memiliki keinginan terhadap produk tersebut.

2. Bagi Perusahaan

Membantu perusahaan meneliti apakah promosi yang dikeluarkan sudah efektif sehingga dapat membantu mengkomunikasikan produk ke konsumen.

1.5 Variabel yang diteliti

Iklan/ Promosi : Promosi adalah unsur penting yang digunakan suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualan perusahaan. Keefektifan promosi dapat dilihat dari beberapa tahapan yaitu apakah promosi tersebut menarik perhatian konsumen (*attention*), apakah promosi tersebut dapat membuat konsumen tertarik terhadap produk tersebut (*Interest*), Apakah promosi tersebut dapat membuat konsumen menginginkan produk tersebut (*desire*), dan pada akhirnya apakah melalui promosi tersebut, konsumen melakukan pembelian terhadap produk tersebut (*action*

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka pada bagian ini penulis akan mengambil beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif data demografi responden dapat disimpulkan sebagai berikut : Dari 100 responden yang sudah terlibat dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 57 orang, usia respondeng yang paling banyak adalah 18-30 tahun yaitu sebanyak 99 orang, untuk pendidikan terakhir responden paling banyak adalah lulusan SMA sebanyak 57 orang, dan untuk pendapat per bulan responden terbanyak adalah sebesar di atas Rp. 1. 500.000. yaitu sebanyak 32 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak adalah Wanita berusia 18-30 tahun, Berpendidikan terakhir SMA dan memiliki pendapatan rata rata di atas Rp. 1.500.000. Hasil ini di dapatkan karena responden terbanyak adalah mahasiswa yang belum menyelesaikan kuliahnya.
2. Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode AIDA dapat ditarik kesimpulan bahwa iklan Wall's *Ice cream sandwich* bukan factor utama responden melakukan pembelian produk di Yogyakarta. Kesimpulan tersebut di dapat dari hasil analisis dalam bab IV yang menunjukkan bahwa angka keefektifan iklan Wall's *Ice cream sandwich* menunjukkan prosentase sebesar 41 %. Sehingga iklan tersebut dapat dikatakan tidak efektif karena kurang dari 50% responden yang melakukan pembelian setelah melihat iklan Wall's Ice Cream Sandwich.

3. Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode AIDA pula kita dapat melihat factor apa yang mempengaruhi responden untuk memutuskan membeli produk Wall's *Ice cream sandwich* dan faktor apa yang tidak mempengaruhi responden untuk membeli produk Wall's Ice Cream Sandwich. Faktor yang mempengaruhi respon untuk mengambil tindakan membeli Wall's *Ice cream sandwich* adalah Konsep keseluruhan iklan Wall's Ice Cream. Kemenarikan iklan Wall's *Ice cream sandwich* dapat mempengaruhi Responden melakukan tindakan pembelian produk walls. Faktor yang tidak mempengaruhi pembelian Wall's *Ice cream sandwich* adalah faktor artis yang berada dalam iklan tersebut. Karena responden lebih melihat produk yang dijual dan bukan artis yang memerankan iklan tersebut.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat membuat beberapa saran yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Hasil Efektifitas iklan Wall's *Ice cream sandwich* menunjukkan bahwa iklan tersebut tidak efektif dalam member keputusan konsumen untuk membeli produk Ice Cream Sandwich. Sehingga perusahaan harus memberikan iklan yang lebih menarik lagi dengan artis yang ternama karena nilai terendah dalam penelitian ini adalah variable 4 mengenai artis dalam iklan Wall's Ice Cream Sandwich. Jumlah responden mengenai artis dalam iklan tersebut memperoleh nilai terendah dari item pertanyaan yang lainnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penyebaran responden lebih merata karena dalam penelitian ini mayoritas wanita yang berusia 18-30 tahun berpendidikan akhir SMA dan berpendapatan lebih dari Rp. 1.500.000 . Selain itu kuesioner harus disebar secara bertahap agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan analisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Dharmmesta, Basu Swastha, Drs, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama , Cetakan ketiga, BPFE, Yogyakarta
- Hermawan, Agus, 2012, *Komunikasi Pemasaran*, , Erlangga, Yogyakarta
- Widarjono, Agus, 2015, *Analisis Multivariat Terapan*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, UPP STIM YKPN, Yogyakarta
- ARFIANTO, Wahyu and SUTOPO, Sutopo (2010) *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EFEKTIVITAS IKLAN PADA MEDIA TELEVISI (Studi Pada Iklan Produk Sepeda Motor Honda)*. Undergraduate thesis, UNIVERSITAS DIPONEGORO
- <http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-iklan-definisi-adalah.html>
- <http://lembing.com/apa-pengertian-aida-konsep-di-dalam-pemasaran/>
- <http://www.siswamaster.com/2016/05/pengertian-iklan-syarat-ciri-jenis-jenis-dan-manfaatnya.html>
- Jefkins, Frank. 1996. *Periklanan*. 3 ed. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran*. 6 ed. Jakarta: Erlangga
- Ida Ayu Pradnya Maha Dewi .,Efektivitas Iklan dengan Analisis AIDA (Attention. Interest, Desire dan Action) Studi pada pada Pengguna Sepeda Motor Merek Yamaha di Kota Singaraja
- Brightayati. 2010. Efektivitas Iklan dengan Menggunakan Analisis AIDA Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Terhadap Iklan Pond's Flawless White Di Indomaret Karanganyar). Skripsi.
- Martoyo, S. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 2, BFFE.Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2005.*Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Diah Syafita Johar (2015) pengaruh aida (*attention, interest desire, action*) terhadap efektifitas iklan *online* (survei pada pembeli di toko *online* adorable project)