

**PENGARUH KREATIVITAS IKLAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN ROKOK A MILD**

SKRIPSI



Oleh :

KHAIRANI APRIANTI

20040410053

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2007

PENGARUH KREATIVITAS IKLAN TERHADAP

LOYALITAS KONSUMEN ROKOK A MILD

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Oleh:

KHAIRANI APRIANTI

20040410053

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2007

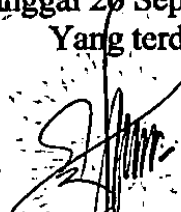
SKRIPSI
PENGARUH KREATIVITAS IKLAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN ROKOK A MILD

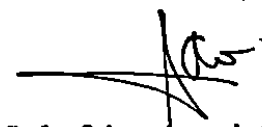
Diajukan Oleh:


KHAIRANI APRIANTI

20040410053

Skrripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 26 September 2007
Yang terdiri dari


Hasnah Ramiyati, S.E., M.Si
Ketua Tim Penguji


Isthofaina Astuti, S.E., M.Si
Anggota Tim Penguji


Rita Kusumawati, S.E., M.Si
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Masbahul Anwar, S.E., M.Si.

NIK: 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Motto

*My work is just a small drop in the ocean
But because of my one drop
The entire ocean is bigger
(Mother Teresa)*

*Dan, apakah orang yang mati kemudian dia
Kami hidupkan dan Kami berikan kepadanya
Cahaya yang terang, yang dengan cahaya itu
Dia dapat berjalan di tengah-tengah masyarakat manusia,
Serupa dengan orang yang keadaannya berada dalam
Gelap gulita yang berkali-kali tidak dapat keluar daripadanya?
(QS. Al-An'am: 122)*

*Optimisme adalah.....
Pola pikir ceria yang memungkinkan
Sebuah poci teh menyanyi meskipun
Terisi air panas sampai ke mulutnya*

*Life doesn't just happen to you
It's all about choice and how
You respond to every situation
(Jade Canfield)*

*Maka, Allah mengetahui apa yang ada dalam hati mereka
Lalu menurunkan ketenangan atas mereka dan memberi
Balasan kepada mereka dengan kemenangan yang dekat (waktunya)
(QS. Al-Fath: 18)*

*Kilatan pedang-pedang itu laksana
Bayangan bunga di kebun hijau,
Dan menebarkan bau wangi yang semerbak.*

Persembahan

*Karya kecilku, kupersembahkan kepada:
Mereka adalah...
Pelangi, Warna dalam hidupku
Dan Embun penyejuk hatiku*

ALLAH AJZA WAJALLAH, pembimbing Rohani & hidupku, senantiasa mengingatkanku di setiap nafas jiwaku & menyadarkan aku akan pentingnya memaknai hidup.... berlapang dada di saat susah dan senantiasa bersyukur di saat bahagia...

Puja dan puji hanyalah untukmu ya Robb, semoga Anugrah yang diberikan tidak menjadikanku angkuh dan memalingkan wajah dari alam yang telah mengajarkanku untuk berbagi sehingga aku hanya puas sampai di sini...!!!! Izinkan aku mencari kekayaan ilmuMu yang lain, hingga tidak menjadikanku orang yang sia-sia dalam memaknai hidup di setiap langkah kehidupanku

*Junjunganku NABI BESAR MUHAMMAD SAW, Salawat serta salam
Semoga selalu dilimpahkan kepadamu, seluruh keluarga dan sahabatmu*

Kedua orang tuaku, Papa & Mama....

*Terima kasih telah membesarkanku, mendoakanku di setiap tarikan &
Hembusan nafasmu, memberikan dukungan moril hingga dapat memenuhi
Kewajiban & menepati janji sebagai seorang anak
Walaupun kepercayaan itu tidak mudah untuk dijaga & didapat....
Semoga kelak saya bisa memberikan yang lebih baik dari apa yang telah diberikan....*

*Untuk dua ajudanku (Ch. Adhi & Faisal)....
Senantiasa direpotkan oleh tingkah polahku
Keep spirit, tahun depan menyusulkan....???*

Saudara-saudaraku...

*Sepupu kecilku yang manis terutama Nola & Lisa
Thanks untuk doa yang dipanjatkan khusus lagi
Selesai sholat yaa...*

*D' baby & tante cexy makasih banget doanya
Om fendi sekeluarga makasih untuk doanya selama ponakanmu ujian
Orang tua angkatku makasih motivasinya, untuk tetap semangat
Ooo, ia untuk doa spesialnya yang dipanjatkan selama menghadapi ujian
Trims ya.....*

*K' iin irafany kita jalankan lagi perusahaannya,
Ada banyak pihak yang memberi support...
Terutama keluarga besar, maaf juga sudah lama menanti*

ALMAMATER 'ku.....

*Mb, eka thanks ya, atas jalan keluarnya waktu kesulitan mencari data
Tentang kreativitas iklan A MILD & informasinya,
Apalagi tentang lima kampus tersebut.....*

*Di... Di yang imoet, makasih bangeet mau direpotkan selama sehari
Dari pagi menjelang sore, ikut penelitian di UPN Veteran g sia-sia
Di..di ikut banyak mangsa yang kita jaring yaaa...
Jangan marah di panggil Di,, di,, habis repot klo panggil "Triana atau Dian"*

*Untuk temen-temen di UPN Veteran makasih atas kerjasamanya
Apalagi bantuannya selama penelitian di sana
Terutama untuk Dessy di TEKIM makasih untuk doa, spirit &
Menemani wara-wirinya, ingat janjinya tahun depan menyusul...
Jangan patah semangat, jadikan kekalahanmu di waktu itu menjadi spirit berharga*

*Maya makasih atas pinjaman bukunya...
Fitri, donny, eko thanks doanya
Fitri makasih atas pinjaman buku analisis multivariatnya
Banyak manfaat yang didapat lho...*

*Anne Intan thanks ya, senantiasa menemaniku jalan-jalan
Waktu kehabisan ide, walaupun jadi sakit.....*

*Untuk mb' febrri, khory, santi, mb eka, anne, dian, maaf ya.....
Waktu ujian tidak diberitahu jadi marah deee, tapi thanks banget doanya*

*Mama Micheal makasih didoakan yang terbaik
Apalagi sering dimasakin yang spesial*

Doakan lagi ya biar jalan yang ditempuh berikutnya diberikan kemudahan

*Semua pihak yang sudah membantu penulis dalam penyusunan skripsi...
Dan tidak sempat disebutkan satu persatu...matur tengkyu yah...
Moga kita semua bisa menjadi orang yang ikhlas & sukses di jalannya....*

Amiin.....

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas iklan terhadap loyalitas konsumen di UPN "Veteran" Yogyakarta, dengan pertimbangan UPN "Veteran" Yogyakarta termasuk salah satu kampus dari lima kampus yang memperbolehkan mahasiswanya merokok di lingkungan kampus dan di setiap *event-event* musik mendapat sponsor dari A MILD. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: (a) diduga ada pengaruh kreativitas iklan yang meliputi: perhatian, minat, kebutuhan atau keinginan, rasa percaya dan tindakan secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen, (b) diduga ada pengaruh kreativitas iklan yang meliputi: perhatian, minat, kebutuhan atau keinginan, rasa percaya dan tindakan secara parsial terhadap loyalitas konsumen. Subyek (*sampel*) dalam penelitian ini adalah mahasiswa UPN "Veteran" Yogyakarta berjumlah 120 responden. Metoda pengambilan sampel secara non probabilitas dengan *convenience sampling*. Data diperoleh melalui data primer dari daftar pertanyaan yang telah disebar dan diisi oleh responden, yakni: perhatian, minat, kebutuhan atau keinginan, rasa percaya dan tindakan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan persamaan regresi, uji F, uji T dan determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan (a) ada pengaruh kreativitas iklan yang meliputi: perhatian, minat, kebutuhan atau keinginan, rasa percaya dan tindakan secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen, (b) ada pengaruh kreativitas iklan yang meliputi: perhatian, minat dan tindakan secara parsial terhadap loyalitas konsumen, sedangkan kebutuhan atau keinginan terhadap loyalitas konsumen tidak ada pengaruhnya, (c) perhatian pada kreativitas iklan memiliki pengaruh dominan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: kreativitas iklan, loyalitas konsumen

ABSTRACT

This research is meant to know the influence of advertisement creativity to consumer loyalty in UPN "Veteran" Yogyakarta, with consideration UPN "Veteran" Yogyakarta is one of the campus from five campus enabling its student smoke in the campus environment and in each of every music *events* gets sponsor from A MILD. Hypothesis which is raised in this research is : (a) it's anticipated that there is an influence of advertisement creativity covering: attention, enthusiasm, desire or requirement, feel action and trust by together to consumer loyalty, (b) it's anticipated that there is an influence of advertisement creativity covering: attention, enthusiasm, desire or requirement, feel action and trust by partial to consumer loyalty. The subject (*sample*) in this research is the student of UPN "Veteran" Yogyakarta amounting to 120 responder. Method intake of sample is non probability with *convenience sampling*. The data obtained through primary data of questionnaire which have been disseminated and filled by responder, that is: attention, enthusiasm, desire or requirement, feel action and trust. Data analysis conducted by using equation of regression test F, test T and determination.

The result of research shows (a) there is an influence of advertisement creativity covering: attention, enthusiasm, desire or requirement, feel action and trust by together to consumer loyalty, (b) there is an influence of advertisement creativity covering: attention, enthusiasm, desire or requirement, feel action and trust by partial to consumer loyalty, while desire or requirement to consumer loyalty had no influence, (c) the attention at advertisement creativity have dominant influence to consumer loyalty.

Keyword : advertisement creativity, consumer loyalty

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji bagi Allah SWT (Rabb Penguasa Alam Semesta) yang telah melimpahkan Segala Nikmat, Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul : **“Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen A MILD”** yang disusun guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Sholawat serta salam senantiasa penulis tujukan kepada Baginda Rasulullah Muhammad Saw, keluarga serta sahabat-sahabatnya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari, bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Isthofaina, SE, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan mencurahkan segala perhatiannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
2. Ibu Rini Juni Astuti, SE, M.Si, yang telah menjadi dosen pembimbing akademik selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Misbahul Anwar, SE, M.Si, yang telah bersedia membantu proses pembuatan skripsi dengan meluangkan waktu dan pikirannya.
4. Tim penguji skripsi; yang berusaha merevisi skripsi penulis dengan rapi.
5. Bapak Danang Eka Nugroho, SE, M.Si, yang bersedia berbagi ilmunya kepada

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	10
1. Periklanan.....	10
2. Strategi Kreatif dalam periklanan.....	16
3. Loyalitas (<i>Loyalty</i>).....	19

B. Hasil Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis.....	25
C. Fokus Penelitian.....	26
BAB III METODA PENELITIAN	
A. Subyek Penelitian.....	29
B. Jenis Data.....	29
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
F. Uji Kualitas Data.....	41
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Obyek/Subyek.....	44
B. Deskripsi Data.....	45
C. Uji Kualitas Instrumen.....	51
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	53
E. Pembahasan.....	59
BAB V SIMPULAN, SARAN dan KETERBATASAN PENELITIAN	
A. Simpulan.....	62
B. Saran.....	62
C. Keterbatasan Penelitian.....	63

DAFTAR TABEL

4.1	Usia Responden.....	47
4.2	Tahun Angkatan Responden.....	48
4.3	Asal Fakultas Responden.....	48
4.4	Asal Jurusan Responden.....	49
4.5	Lama Pemakaian Rokok A MILD Responden.....	49
4.6	Pendapatan (Uang Saku) Responden.....	50
4.7	Pernah Melihat Iklan A MILD di Televisi.....	50
4.8	Frekuensi Melihat Iklan A MILD di Televisi.....	51
4.9	Hasil Pengujian Uji Validitas.....	52
4.10	Hasil Pengujian Uji Reliabilitas.....	53
4.11	Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda	54

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen	70
--	-----------