



**ANALISIS PENGARUH MODEL IKLAN TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN MAHASISWA PADA PRODUK MIE SEDAAP  
(Kasus Bintang *Empat Mata* Tukul Arwana)**

**SKRIPSI**

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



Oleh  
**ARIF RAHMAN**  
20030410352



**ANALISIS PENGARUH MODEL IKLAN TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN MAHASISWA PADA PRODUK MIE SEDAAP  
(Kasus Bintang *Empat Mata* Tukul Arwana)**



Diajukan Guna memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta

Oleh  
**ARIF RAHMAN**  
20030410352

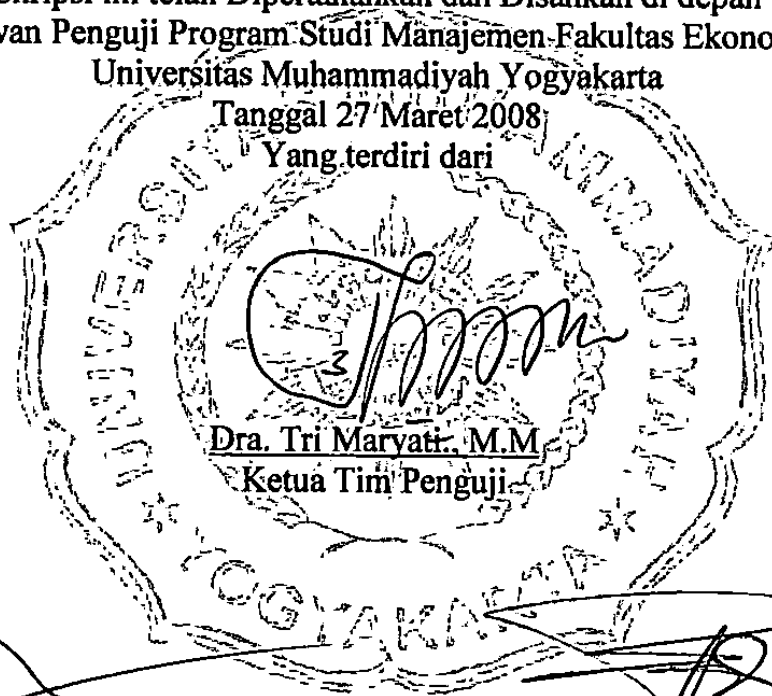
**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH MODEL IKLAN TERHADAP PERILAKU  
PEMBELIAN MAHASISWA PADA PRODUK MIE SEDAAP  
(Kasus Bintang *Empat Mata* Tukul Arwana)**

Diajukan oleh

**ARIF RAHMAN**  
20030410352

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 27 Maret 2008  
Yang terdiri dari



Dra. Tri Maryati, M.M.  
Ketua Tim Penguji

Ika Nurul Qamari, S.E., M.Si  
Anggota Tim Penguji

Drs. Edi Supriyono, M.M.  
Anggota Tim Penguji



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.

## **PERNYATAAN**

**Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh 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

“ Dan Allah lebih mengetahui (dari pada kamu) tentang musuh-musuhmu. Dan cukuplah Allah menjadi Pelindung (bagimu). Dan cukuplah Allah menjadi Penolong (bagimu)”. (An Nisaa' :45)

“ Dan tiadalah kehidupan dunia ini melainkan senda gurau dan main-main. Dan sesungguhnya akhirat itulah yang sebenarnya kehidupan, kalau mereka mengetahui ”. (Al 'Ankabuut : 64)

” Berusahalah dengan sebaik mungkin, karena dengan berusaha mimpi-mimpi (impian) kita akan terkabul, walaupun mimpi itu kapan akan datang”. (my self)  
(berharaplah dengan impian)

patience is plaster for all sores  
(pepatah inggris)

"untuk hati yang tak menentu, disaat untuk memilih jalan hidup yakinkanlah hati walaupun penuh"  
"dengan rintangan"

# Thanks To

**My Family:** special to bapak dan ibu juga adik-adikku yang paling berharga dalam hidup aku. Terimakasih tas cinta yang tulus diberikan. **My Family** perum karang jati 1 blok B 7/71: bapak dan ibu karangjati terimakasih tiada habis oleh waktu, tas semua kasing sayang dan pengorbanan yang telah diberikan, semoga saya bila meneladani semua pelajaran yang telah diajarkan. Amein.

Untuk keluarga Nenek ku ( Mak awang), uwa Adum (almarhum) & emak tonah ( Mamay, Juju dan si kecil), Uwa Udin & emak elly (Maman (almarhum), Anas, dan Evin), Uwa Dayat & emak titi (Sikembar Nina dan Ila), te m`bot & ka Egi (Yudan dan Bode), te Yamah & ka Endis (Mumu, Devi, Cindy, dan Azi), te Ade & ka Yudi (Lian, Devin, dan Dea), te Ni`ah & ka Hery (Tia dan daho). Senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.

**TO** Mbak Mbak Reni & Mas budi, Ririn & Mas hanung, , Mas Rosy & Mbak Amy, Restu M, Mbak Asih (mamak fuad), Mas Toyo, Mbak Jiyah SH, Dwi Irwanto, Pak midi, Mbak Karni, Mas David & Jo dan terimakasih atas nasehat yang kalian berikan padaku dan dorongan untuk belajar lebih giat lagi.

Untuk keluarga Abah Tarun (ka Emul & te Idah, te Een & ka Ipik, te Iyat & ka Hendar, te Nunung & ka Eem, te Mumu & ka Udin, te Eroh & ka Ade, endin dan mamay

Untuk Mas Gogon & Mbak Nita terimakasih atas semuanya (kapan kita renang lagi) dan jagoannya kecilnya di jaga ya'

Untuk Teman-teman sekampung Pedro, Kodim, ka Ato, Gatew, dan Marcim yang ada di malaysia (success BOY).....wahn banyak yang ketinggalan. Teman senasib dan seperjuangan waktu SMA, Ozi, Muhaemin, Iwan, Mi2n, Andre, Merna. Sodik (uiankeznah) makasih atas bantuannya jake jake2 dan

Seperjuangan manajemen F, Dian, Alam, Fian, Ion, Hestrin, Ririk, Hilda, Fuji, Ida, Nurul, Rijal, Fitri, Reza, Tubin, Wisnu, Rizal, dan Dini....walaupun aq salalu mengeluh,akhirnya lulus.....

To Nandang, Anjar, Vidi, Hadi, Diqky, syahril, Eko, dan Agus makasih atas bantuan semuanya (Akhirnya kita wisuda bareng). Yana (Ebro) nuhun atas sadayana, jasa maneh kana urang gede pisan ueyy.....urang teu bisa ngabalasna, maneh geus nganter2 urang kamana2 ngabantu urang ngajien skripsi, masih loba nu lain na.....nuhun sadayana. Urang Cuma bisa ngado`aken, moga cepat sukses ebro!!!! You my friend is the best. Anak Akuntansi 2002 (Wawi, Hary, Khusnul, dan hecer kulo maturken terimakasih kasodoyo) mau bantuin aku, mau ngantar aq, aq juga gak tua harus negebalasnya gimana, kalian semua sudah banyak membantuku, udah memberi tumpangan dikala hujan dan panas dari hal kecil sampai yang besar, yang piting jangan lupa kita reunion lagi. Aq tunggu kabarnya seperti kita kumpul-kumpul dulul!. Yang ada di kelatan makasih yaaa aku gak tau harus bilang apa dan untuk keluarga juga makasih banyak yaaa. Untuk mbak Mul dan karyawan toko Edward maturnuun atas semuanya.

Kupersembahkan karya ini untuk:

- Ibu Soeroyo & Bpk. Soeroyo Machfudz dan Keluarga
  - Ibuku & Bapakku
  - Untuk Adik2 ku QiQi, H & R.Julfikar
  - Teman2 ku Heker, Husni, Hary & Wawi
  - Keluarga Besarku yang ada di Noong
- Keluarga Besarku yang ada di Karangjati blokB7/71
  - Ema Enting

## INTISARI

Penelitian ini meneliti tentang *Model Iklan / Bintang Iklan* dari produk Mie Sedaap sebuah produk yang memiliki citra rasa tersendiri. Dalam penelitian ini, *Model Iklan / Bintang Iklan* yang meliputi *attractiveneess* (daya tarik), *trustwothines* (kepercayaan), dan *expertise* (keahlian), terhadap pembelian yang terkait dengan niat beli dan rekomendasi pada orang lain.

Penelitian ini menggunakan sampel 117 responden dengan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Model Iklan / Bintang Iklan* yang meliputi *attractiveneess* (daya tarik) memiliki kemampuan yang signifikan untuk mempengaruhi niat beli konsumen dan signifikan atau sangat positif terhadap rekomendasi pada orang lain. *Trustwothines* (kepercayaan) juga menunjukkan bahwa pengaruh Model Iklan sangat positif terhadap niat beli konsumen atau konsumen percaya kepada model iklan dan signifikan atau sangat positif terhadap rekomendasi pada orang lain. *Expertise* (keahlian) menunjukkan bahwa pengaruh Model Iklan sangat positif terhadap niat beli konsumen atau model iklan mempunyai keahlian untuk mempengaruhi niat beli konsumen dan signifikan atau sangat positif terhadap rekomendasi pada orang lain.

**Kata kunci:** Niat beli, Rekomendasi, *Model Iklan / Bintang Iklan*, *attractiveneess*, *trustwothines*, *expertise*.



## **ABSTRACT**

This research focusing on advertisement model of product Mie Sedaap. A product which has special and unique test. The research of advertisement model including attractiveness, trustworthiness, and expertise through buying which related to buying intention's, recommendation to other people and students.

This research use 117 sample respondent with nonprobability sampling technique and purposive sampling approach. Data technique by questioner method.

The result of the research shows that advertisement model which cover of attractiveness, has a significant ability to persuade consumer's buying intention also significant or very positive through recommendation to other people. Trustworthiness also could affecting the same, its because the consumer trust the image of the advertisement model. Expertise shows that the influence of advertisement model very positive through consumer's buying intention or that advertisement model has a skills to persuade consumer's buying intention significant through recommendation to other people, and also students.

*Key words: Buying intention, Recommendation, Trustworthiness, Attractiveness, Expertise*

## KATA PENGANTAR



السلام علينا ورحمة الله وبركاته

Alhamdulillah rabbil'alam, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T atas limpahan rahmat, anugrah, hidayah dan karunia tiada terkira sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **"ANALISIS PENGARUH MODEL IKLAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN MAHASISWA PADA PRODUK MIE SEDAAP"** (Kasus Bintang Empat Mata Tukul Arwana), dengan baik sekalipun berbagai rintangan menyertainya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda tercinta Nabiullah Muhammad SAW yang telah membimbing kita dengan ajaran pencerahan, serta do'a dan safa'atnya yang kita semua harapkan di akhirat kelak.

Dalam penyusunan skripsi ini ditemui kendala dan kesulitan yang sehingga penulis menyadari masih banyak kekurangan, baik dalam penyajian maupun bentuk yang disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, akan tetapi berkat petunjuk, dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis

1. Ibu Ika Nurul Qamari, SE.M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberi bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
2. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendidik dan mengajari penulis selama menempuh perkuliahan.
3. Seluruh karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dan partisipasinya sehubungan dengan penyusunan skripsi penulis.
4. Ibu HJ. SITI MUNAFIATI & Bpk H. dr. SOEROYO MACHFUDZ, SpA (K), MPH, yang telah mengasuhku, mendidikku, membimbingku dengan penuh kasih sayang dan kelembutan, mendo'akanku setiap waktu.
5. Ibu & Bapakku, yang telah memberikan do'a dan telah mendidikku dengan baik. Adik- adikku (qiqi & fikar)
6. Untuk keluarga AA ku, (Enung fahrudin & te2h yayah yang ada di cikeueus) Fuad dan Fauzi, Dan Ema Enting  
Semoga amal kebaikan dan segala bimbingan serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan pahala dari Allah SWT.  
Akhirnya, penulis menyadari tidak ada kesempurnaan pada diri manusia, karena kesempurnaan hanya milik Allah dan hanya Allah lah yang penulis harapkan menjadikan karya kecil ini bermanfaat bagi kita semua. Amiin...

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Yogyakarta, Februari 2008  
Penulis

ARIF RAHMAN

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN UNTUK DIRENUNGKAN.....	v
HALAMAN INTISARI.....	viii
HALAMAN ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pengertian Perilaku Konsumen.....	7
B. Perspektif Pengaruh Perilaku (The Behavioral Influence Perspective).....	9
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..	9
D. Pembelian Konsumen.....	14
E. Niat Konsumen.....	15
F. Periklanan dan Tujuan Iklan.....	16
G. Media Iklan.....	19
H. Evaluasi Efektifitas Periklanan.....	22

	I. Kredibilitas dan Daya Tarik Selebritis.....	23
	J. Model Iklan atau Bintang Iklan.....	24
	K. Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
	L. Hipotesis.....	28
	M. Model Penelitian.....	30
<b>BAB III.</b>	<b>METODA PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
	A. Obyek Dan Subjek Penelitian.....	31
	B. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
	C. Jenis Data.....	32
	D. Teknik Pengumpulan Data .....	33
	E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	33
	F. Uji Kualitas Data.....	36
	G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	38
<b>BAB IV.</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	43
	B. Hasil Penyebaran Kuisisioner .....	47
	C. Uji Kevalidan Instrumen.....	50
	D. Analisis Deskriptif.....	54
	E. Hasil Penelitian .....	56
	F. Pengujian Hipotesis.....	59
	G. Pembahasan.....	67
<b>BAB V.</b>	<b>SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN</b>	
	A. Simpulan.....	71
	B. Saran .....	73
	C. Keterbatasan Penelitian.....	

## DAFTAR TABEL

4.1 Fakultas dan Jurusan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.....	44
4.2 Hasil Penyebaran Kuisisioner.....	48
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	49
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku.....	50
4.6 Uji Validitas Variabel <i>Attractiveneess</i> (daya tarik).....	50
4.7 Uji Validitas Variabel <i>Trustwothines</i> (Kepercayaan).....	51
4.8 Uji Validitas Variabel <i>Expertise</i> (Keahlian).....	52
4.9 Uji Validitas Variabel Niat Beli Konsumen.....	52
4.10 Uji Validitas Variabel Rekomendasi Pada Orang Lain.....	52
4.11 Nilai <i>Alpha</i> Masing-Masing Uji <i>Reliabilitas</i> .....	54
4.12 Hasil Deskriptif Statistik.....	54
4.13 Rangkuman Uji Regresi 1.....	56
4.14 Rangkuman Uji Regresi 2.....	58
4.15 Hasil Uji Beda.....	--

## DAFTAR GAMBAR

1.1 Model Diagram