

**PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG TAKTIK PEMASANGAN
IKLAN, PENGHARGAAN DIRI, KERENTANAN KONSUMEN, DAN
PENGETAHUAN PRODUK KONSUMEN TERHADAP SKEPTISME
REMAJA PADA IKLAN TELEVISI**

*Influence of Knowledge about The Advertiser Tactics, Self-Esteem, Consumer
Susceptibility and Consumer Product Knowledge to Skepticism Adolescents
on Television Advertising*

SKRIPSI

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



Disusun oleh :

**HENDRA BASTIAN
20040410023**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2009**

SKRIPSI

PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG TAKTIK PEMASANGAN IKLAN, PENGHARGAAN DIRI, KERENTANAN KONSUMEN, DAN PENGETAHUAN PRODUK KONSUMEN TERHADAP SKEPTISME REMAJA PADA IKLAN TELEVISI

Diajukan oleh:

**HENDRA BASTIAN
20040410023**

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing I

Hasnah Rimiati, SE. MSi.
NIK 143006

Tanggal

SKRIPSI

PENGARUH PENGETAHUAN TENTANG TAKTIK PEMASANGAN IKLAN, PENGHARGAAN DIRI, KERENTANAN KONSUMEN, DAN PENGETAHUAN PRODUK KONSUMEN TERHADAP SKEPTISME REMAJA PADA IKLAN TELEVISI

Diajukan oleh

HENDRA BASTIAN
20040410023

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 2 Maret 2009
Yang terdiri dari

Hasnah Rimiati, SE. MSi
Ketua Tim Penguji

Drs. H. Asnawi Asdinardju, MSi
Anggota Tim Penguji

Fajarwati, SE. MSi
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK: 143014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Hendra Bastian

Nomor Mahasiswa : 20040410023

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : "Pengaruh Pengetahuan Tentang Taktik Pemasangan Iklan, Penghargaan Diri, Kerentanan Konsumen dan Pengetahuan Produk Konsumen terhadap Skeptisme Remaja pada Iklan Televisi" 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.

Yogyakarta, Desember 2008

Hendra Bastian

MOTTO

Berbaktilah kepada mereka dengan penuh kerendahan diri dan ucapkanlah:

*“Wahai Tuhanku ! Kasihanilah mereka keduanya sebagaimana keduanya memeliharaiku dengan penuh kasih sayang waktu kecilku”
(Qs Al Isro : 24)*

*”Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(Qs Al-Baqarah: 286)*

*”Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, jika suatu kaum tidak mau merubahnya”
(Qs Ar Ra'du : 11)*

*”Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”
(Qs Al Insyaraah : 5)*

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadirat ALLAH SWT, kupersembahkan karya ini untuk:

1. *ALLAH SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya.*
2. *Mamaku tercinta dan alm bapaku, makasih atas doanya dan dukungannya, baik materi maupun imateri.*
3. *Mbah nok, makasih atas doa dan dukungannya, makasih juga sering ngasih duit kalo aku lagi bokek.. he..he..23x*
4. *Adikku, jangan kecewain mama, pinter-pinter ngambil hati mama.. jangan maen game teruz, fokus aja kesekolahmu..*
5. *semua keluargaku yang udah dukung aku sampai selesai skripsiku.*
6. *Sahabatku Herry (thanks yo maz dab!!! Atas literatur dan bantuannya, ga ada kamu skripsiku ga jadi), Agung (thanks dukungannya, kapan Qt maen bareng lagi nich??), Yudi (makasih tumpangan ngeprintnya), Brahma "pak guru" (sorry ya Bram bisanya Cuma ngerepotin aja), Nizam (jangan kapok minjemin aku duit lagi...), Donny n Angga "G-penk" (jangan malez-malezan, kuliah!!! Kuliah!!!). Aan (bukunya ga kepake boz...), ga lupa juga my special girl "Dolly" (thanks ya sha, uda dukung aku sepenuhnya buat nyelesein skripsiku, km juga selesain kul.mu tepat waktu.. jgn molor-molor!!! Kurangin maennya!!! Dasar loe... monyet monyong yang odonk!!! Ok.. ok donk...) dan semuanya yang ga bisa aku sebutin atu-atu... jangan ngiri yeeee.....*
7. *Almamaterku*

INTISARI

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Kurnia Dewi dengan judul Pengaruh Pengetahuan Tentang Taktik Pemasang Iklan, Penghargaan Diri, Kerentanan Konsumen dan Pengetahuan Produk Kosumen .Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan tentang taktik pemasangan iklan, penghargaan diri, kerentanan konsumen, dan pengetahuan produk konsumen terhadap skeptisme remaja pada iklan televisi. Responden dalam penelitian ini adalah pelajar dan mahasiswa di Kotamadya Yogyakarta yang memenuhi kriteria remaja golongan akhir atau masa adolensi (*adolescence*) dengan batas usia 17 tahun sampai dengan 21 tahun. Selain kriteria usia, responden juga menonton, memperhatikan, dan mengevaluasi iklan televisi. Responden dalam penelitian sebanyak 118 orang. Data diperoleh melalui data primer dengan cara mengajukan pertanyaan secara tertulis kepada responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda, uji hipotesis parsial (uji t), dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel yang berpengaruh yang positif dan signifikan pada skeptisme remaja terhadap iklan televisi adalah variabel kerentanan konsumen dan variabel pengetahuan produk konsumen. Sedangkan variabel pengetahuan tentang taktik pemasangan iklan dan variabel penghargaan diri berpengaruh tetapi tidak signifikan pada skeptisme remaja terhadap iklan televisi.

Kata kunci: Skeptisme, Pengetahuan tentang taktik pemasangan iklan, Penghargaan diri, kerentanan konsumen, Pengetahuan produk konsumen.

ABSTRACT

This research is replication from Mrs. Kurnia Dewi research with the title is Influence Knowledge about the advertiser tactics, Self Esteem, Consumer Susceptibility and Consumer Product Knowledge on Adolescents Skepticism toward television advertising. This research have a purpose to examined the influences of knowledge about advertiser tactics, self-esteem, consumer susceptibility, and consumer product knowledge to adolescents skepticism toward television advertising. Responder in this research are students in Municipality area of Yogyakarta which fulfilling adolescents criteria of final faction or a period of adolescents with age boundary 17 year up to 21 year. Besides age criteria, responder also look on, paying attention and evaluating television advertisements. Responder in this research as much 118 people. Data obtained by through the primary data with raising question in writing to responder. To analyze the data is using double analysis regression, hypothesis partial test (t-test).

Result of the research indicate that the variable having an effect on which are positive and significant to adolescent skepticism toward television advertising is consumer susceptibility variable and consumer product knowledge variable. Knowledge about the advertiser tactics variable and self esteem variable having positive influence but not significant to adolescent skepticism toward television advertising.

Keyword: Skepticism, knowledge about the advertiser tactics, self-esteem, consumer susceptibility, consumer product knowledge.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada kami sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Pengaruh Pengetahuan Tentang Taktik Pemasangan Iklan, Penghargaan Diri, Kerentanan Konsumen dan Pengetahuan Produk Konsumen terhadap Skeptisme Remaja pada Iklan Televisi".

Tugas akhir ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Ekonomi Strata 1 (S-1) pada Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini dari persiapan sampai terselesainya, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang begitu berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Hasnah Rimiyati, SE. MSi., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.

4. Bapak (alm) dan Ibu yang tak henti-hentinya mencurahkan kasih dan sayang serta memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materiil selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Adikku yang telah bersedia membantu serta memberikan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, Desember 2008

Penulis

Hendra Bastian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori	7
1. Komunikasi Pemasaran.....	7
2. Perilaku Konsumen	10

	3. Skeptisme Terhadap Iklan Televisi.....	10
	4. Pengetahuan Tentang Taktik Pemasangan Iklan.....	11
	5. Penghargaan Diri.....	13
	6. Kerentanan Konsumen.....	14
	7. Pengetahuan Produk Konsumen	15
	B. Hasil Penelitian Terdahulu	16
	C. Logika Pemikiran	18
	D. Hipotesis.....	20
	E. Model Penelitian.....	20
BAB III	METODE PENELITIAN	22
	A. Obyek/Subyek Penelitian	22
	B. Jenis Data	22
	C. Teknik Pengambilan Sampel.....	23
	D. Teknik Pengumpulan Data	23
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
	1. Skeptisme Terhadap Iklan Televisi	24
	2. Pengetahuan Tentang Taktik Pemasangan Iklan.....	25
	3. Penghargaan Diri.....	26
	4. Kerentanan Konsumen	27
	5. Pengetahuan Produk Konsumen.....	27
	F. Uji Kualitas Instrumen	28
	G. Uji Hipotesis dan Alat Analisis Data	29

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
	A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian	32
	1. Karakteristik Responden	32
	2. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Penelitian.....	34
	B. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
	1. Hasil Pengujian Validitas	40
	2. Hasil Pengujian Reliabilitas	43
	C. Hasil Penelitian.....	44
	1. Analisis Regresi Berganda	44
	2. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	46
	3. Pengujian Hipotesis (Uji F).....	47
	D. Pembahasan	48
BAB V	PENUTUP	50
	A. Simpulan.....	50
	B. Saran.....	52
	C. Keterbatasan Penelitian	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Distribusi Karakteristik Responden	33
Tabel 4.2. Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Pengetahuan Tentang Taktik Pemasangan Iklan	34
Tabel 4.3. Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Penghargaan Diri....	36
Tabel 4.4. Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Kerentangan Konsumen.....	37
Tabel 4.5. Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Pengetahuan Produk Konsumen	38
Tabel 4.6. Rata-rata Jawaban Responden Pada Variabel Skeptisme Remaja Terhadap Iklan Televisi	39
Tabel 4.7. Hasil Pengujian Validitas	41
Tabel 4.8. Hasil Pengujian Reliabilitas	43
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Pengetahuan Tentang Taktik Pemasangan Iklan, Penghargaan Diri, Kerentangan Konsumen, dan Pengetahuan Produk Konsumen Pada Skeptisme Remaja Terhadap Iklan Televisi.....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Serentak (Uji F)	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Variabel Yang Mempengaruhi Skeptisme Remaja Terhadap Iklan Televisi	20