

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

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

SKRIPSI



Disusun oleh :

JAKA SUHENDRA

20040410148

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

2010

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

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

SKRIPSI

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



Disusun oleh :

JAKA SUHENDRA

20040410148

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2010**

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

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

SKRIPSI



Diajukan oleh:

JAKA SUHENDRA

20040410148

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing I

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK: 143 014

Tanggal2010

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

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

SKRIPSI

Diajukan oleh

JAKA SUHENDRA
20040410148

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 20 Maret 2010
Yang terdiri dari

Fajarwati, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

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

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

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

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Jaka Suhendra

Nomor Mahasiswa : 20040410148

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : "Pengaruh Pengetahuan Tentang Taktik Pemasangan Iklan, Penghargaan Diri, Kerentanan Konsumen, dan Pengetahuan Produk Konsumen pada Skeptisme Orang Dewasa Terhadap 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, November 2009

Jaka Suhendra

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 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)*

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

PERSEMBAHAN

*Dengan penuh rasa syukur kehadiran ALLAH SWT,
kupersembahkan skripsi ini
untuk;*

- 1. Kedua orang tuaku yang telah mendukungku*
- 2. Kakak-kakakku atas doanya*
- 3. Sahabat dan teman-teman seangkatan*
- 4. Almamaterku*

INTISARI

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Kurnia Dewi (2007) dengan judul Pengaruh Pengetahuan Tentang Taktik Pemasang Iklan, Penghargaan Diri, Kerentanan Konsumen dan Pengetahuan Produk Kosumen Pada Skeptisme Remaja Terhadap Iklan Televisi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan tentang taktik pemasangan iklan, penghargaan diri, kerentanan konsumen, dan pengetahuan produk konsumen terhadap skeptisme orang dewasa pada iklan televisi. Responden dalam penelitian ini adalah dengan batas usia diatas atau lebih dari 35 tahun. Selain kriteria usia, responden juga menonton iklan televisi. Responden dalam penelitian sebanyak 92 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 Pengetahuan Tentang Taktik Pemasang Iklan, Penghargaan Diri, Kerentanan Konsumen dan Pengetahuan Produk Kosumen berpengaruh positif dan signifikan pada skeptisme orang dewasa terhadap iklan televisi. Variabel yang paling dominan berpengaruh pada skeptisme orang dewasa terhadap iklan televisi adalah variabel penghargaan diri

Kata kunci: Skeptisme, Pengetahuan Tentang Taktik Pemasangan Iklan, Penghargaan Diri, Kerentanan Konsumen, Pengetahuan Produk Konsumen.

ABSTRACT

This research is replication from Mrs. Kurnia Dewi (2007) research with the title is Influence Knowledge of the advertiser tactics, Self Esteem, Consumer Susceptibility and Consumer Product Knowledge on Teenagers Skepticism toward television advertising. This research has a purpose to examine the knowledge influences about advertiser tactics, self-esteem, consumer susceptibility, and consumer product knowledge to adult skepticism toward television advertising. Responder in this research are adult more than 35 year. Besides age criteria, responder also watch television advertisements. In this research there are 92 responders. Data obtained in the primary data by giving writing question to responder. To analyze the data is using double analysis regression, partial hypothesis test (t-test).

Result of the research indicate that the variable of advertiser tactics knowledge, self-esteem, consumer susceptibility, and consumer product knowledge have a positive and significant effect to adult skepticism toward television advertising. The variable which have dominantly effect to adult skepticism toward television advertising is self esteem variable.

Keywords: *Skepticism, Knowledge of 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 Pemasang Iklan, Penghargaan Diri, Kerentanan Konsumen dan Pengetahuan Produk Kosumen Pada Skeptisme Orang Dewasa Terhadap 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 Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
2. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Teman dan sahabatku yang tak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah bersedia membantu serta memberikan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak, Ibu yang tak henti-hentinya mencurahkan kasih dan sayang serta memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materiil selama kuliah sampai terselesaikannya 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, November 2009

Penulis

Jaka Suhendra

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
<i>ABSTRACT</i>	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	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Komunikasi Pemasaran	6
2. Perilaku Konsumen	9
3. Skeptisme Terhadap Iklan Televisi	12
4. Pengetahuan Tentang Taktik Pemasangan Iklan.....	13
5. Penghargaan Diri.....	15
6. Kerentanan Konsumen	15
7. Pengetahuan Produk Konsumen.....	16
B. Hasil Penelitian Terdahulu	17
C. Hipotesis Penelitian.....	19
D. Model Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Obyek/Subyek Penelitian	24
B. Jenis dan Sumber Data	24
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	24
D. Teknik Pengumpulan Data	25
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	25
F. Uji Kualitas Instrumen	30
1. Uji Validitas	30

	2. Uji Reliabilitas.....	30
	G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	31
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	34
	B. Analisis Karakteristik Responden	38
	C. Uji Kualitas Instrumen	39
	1. Uji Validitas	39
	2. Uji Reliabilitas.....	41
	D. Analisis Data dan Uji Hipotesis	43
	1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
	2. Uji Parsial (<i>t-test</i>)	45
	3. Uji Simultan (<i>F-test</i>).....	48
	4. Koefisien Determinasi.....	49
	E. Pembahasan	50
BAB V	KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	55
	A. Kesimpulan.....	55
	B. Saran.....	55
	C. Keterbatasan Penelitian	56
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Distribusi Karakteristik Responden	38
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.4. Hasil Analisis Regresi Berganda dan Uji-t	43
Tabel 4.5. Hasil Uji F	48
Tabel 4.6. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen.....	11
Gambar 2.2. Model Penelitian	22