

**ANALISIS DAMPAK IKLAN TEH BOTOL SOSRO DALAM
PROSES PEMBELAJARAN KONSUMEN**



Oleh

**DEWI SARTIKA
20010410219**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

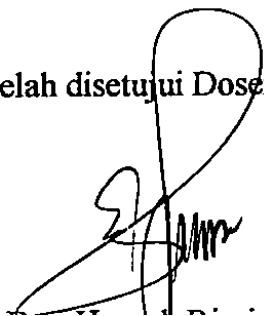
2005

SKRIPSI
ANALISIS DAMPAK IKLAN TEH BOTOL SOSRO DALAM
PROSES PEMBELAJARAN KONSUMEN

Diajukan oleh

DEWI SARTIKA
20010410219

Telah disetujui Dosen Pembimbing



Tanggal 7 Maret 2006


SKRIPSI

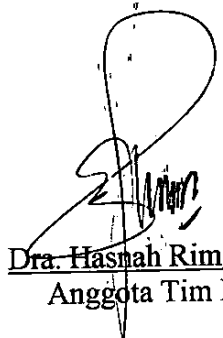
**ANALISIS DAMPAK IKLAN TEH BOTOL SOSRO DALAM
PROSES PEMBELAJARAN KONSUMEN**


Diajukan oleh

DEWI SARTIKA
20010410219

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal, 21 Maret 2006
Yang terdiri dari

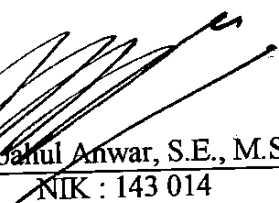

Drs. Edi Supriyono, MM.
Ketua Penguji


Dra. Hasnah Rimiati, M. Si.
Anggota Tim Penguji


Dra. Isthofaina Astuty, M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta




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

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Tiada kata yang pantas penulis panjatkan selain puji syukur yang mendalam atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul "**ANALISIS DAMPAK IKLAN TEH BOTOL SOSRO DALAM PROSES PEMBELAJARAN KONSUMEN**".

Dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segenap bantuan, bimbingan, dukungan, serta saran dan nasehat dari berbagai pihak yang telah diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Hasnah Rimiati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Meika Kurnia Puji R.D.A, S.E, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa

4. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Sebaliknya dalam penyusunan skripsi ini penulis telah mencurahkan segenap kemampuan, namun penulis menyadari dengan sejujur-jujurnya bahwa apa yang telah dikemukakan dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan segala saran, kritik dan pengembangan penelitian selanjutnya untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Akhir kata, penulis berharap agar hasil pemikiran yang tertuang dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amien.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 7 Maret 2005

Dewi Sartika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9

1.	Sejarah Iklan.....	9
2.	Perkembangan Iklan Di Indonesia.....	10
3.	Pengertian, Tujuan, Fungsi dan Jenis Iklan.....	12
4.	Faktor-faktor Iklan yang Menarik Perhatian.....	23
B.	Hasil Penelitian Terdahulu	41
C.	Model Penelitian	42
BAB III	METODA PENELITIAN	43
A.	Obyek dan Subyek Penelitian.....	43
B.	Tehnik Pengambilan Sampel.....	43
C.	Jenis Data.....	44
D.	Tehnik Pengumpulan Data.....	44
E.	Definisi Operasional dan Alat Ukur Variabel Penelitian	45
F.	Uji Kualitas Instrumen.....	48
G.	Analisis Deskriptif.....	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	51
B.	Uji Kualitas Data.....	57
1.	Uji Validitas.....	57
2.	Uji Reliabilitas.....	58
C.	Analisis Deskriptif.....	59
D.	Pembahasan.....	65
BAB V	SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	66
A.	Simpulan	66

B. Saran	67
C. Keterbatasan Penelitian	68

DAFTAR TABEL

4.1. Jurusan Responden.....	54
4.2. Tahun Angkatan Responden.....	54
4.3 Jenis Kelamin Responden.....	55
4.4 Usia Responden.....	55
4.5 Uang Saku Responden Per bulan.....	56
4.6 Hasil Uji validitas Variabel Penelitian.....	57
4.7 Hasil uji Reliabilitas variable Penelitian.....	58
4.8 Pernah atau tidak responden menonton Iklan Teh Botol Sosro di Televisi.....	58
4.9 Tingkat keseringan Menonton Iklan Teh Botol Sosro Versi Terbaru di Televisi.....	59
4.10 Tingkat Menonton lagi Iklan Teh Botol Sosro jika Iklan Tersebut Ditayangkan lagi Di Televisi.....	59
4.11 Tingkat Menonton Lagi Iklan Teh Botol Sosro Sampai Selesai	60
4.12 Keinginan Melihat Lebih Jauh Iklan Teh Botol Sosro.....	61
4.13 Tingkat Pengaruh Setelah Menonton Iklan Teh Botol Sosro dan Mersakan Kesan yang Kuat.....	62
4.14 Tingkat Pengaruh Untuk Mengonsumsi Teh Botol Sosro akibat Dorongan Iklan Yang Kuat.....	62
4.15 Tingkat Pembelian Setelah Menonton Iklan Teh Botol Sosro.....	63
4.16 Tingkat Pembelian Kembali Setelah Menonton Iklan Teh Botol Sosro	63

DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Proses Komunikasi (<i>Hierarchy of the Effect Mode</i>).....	15
2.2	Model Penelitian.....	42
2.3	Diagram AIDA	66

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabel Frekuensi (*Frequency Table*)
- Lampiran 3 Out put Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 Tabulasi Skor Hasil Penelitian