

**ANALISIS EFEKTIFITAS IKLAN TELEVISI**

**PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

**SKRIPSI**



Oleh :

**Dwi Asmawati**  
**20010410215**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2007**

**ANALISIS EFEKTIFITAS IKLAN TELEVISI  
PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

**DWI ASMAWATI  
20010410215**

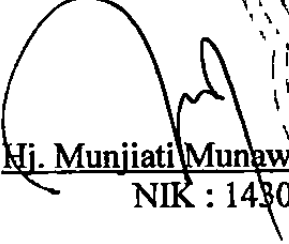
**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS EFEKTIFITAS IKLAN TELEVISI**  
**PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT**  
**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

Diajukan Oleh :  
**DWI ASMAWATI**  
**20010410215**

Telah disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing I

  
Hj. Munjiati Munawaroh, SE. Msi.  
NIK : 143024

Tanggal : 1 - 11 - 2007

Pembimbing II



1 - 02

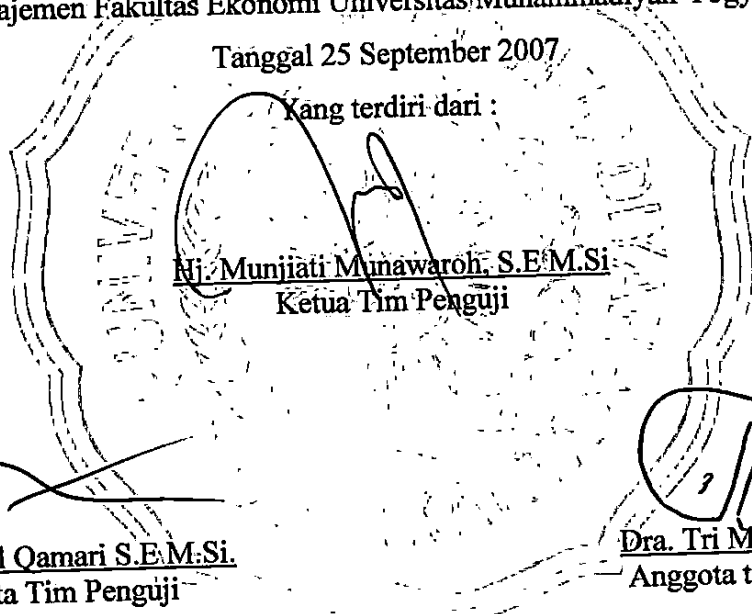
**SKRIPSI**  
**ANALISIS EFEKTIFITAS IKLAN TELEVISI**  
**PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT**  
**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**


Diajukan Oleh  
**DWI ASMAWATI**  
**20010410215**

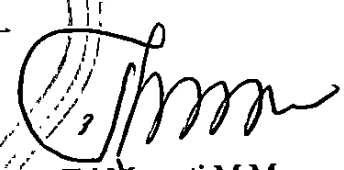
Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji, jurusan  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 25 September 2007

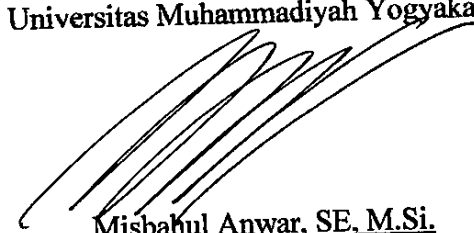
Kang terdiri dari :

  
**Nj. Munjiati Munawaroh, S.E. M.Si.**  
Ketua Tim Penguji

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

  
**Dra. Tri Maryati M.M.**  
Anggota tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
**Misbahul Anwar, SE, M.Si.**  
NIK:143014

## **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***

*Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan, dan apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain.*

*(QS. Al-Insyiro)*

*barang siapa menempuh jalan untuk memperoleh ilmu maka Allah memudahkan baginya jalan menuju surga.*

*(Riwayat Muslim dari Abi Hurairah)*

*Ilmu adalah senjata, sabar adalah pakainku, yakin adalah penolongku, taat adalah kecintaanku dan sobat adalah kebahagiaanku.*

*(Suri Tauladan Rasullallah)*

*Barang siapa yang menginginkan agar Allah mempedulikannya ketika ia dalam kesulitan dan kesukaran maka hendaklah ia memperbanyak doa dalam keadaan lapang.*

*(Abu Hurairah)*

*Kegagalan adalah sukses yang tertunda*

## PERSEMBAHAN

Sebagai wujud syukurku ku persembahkan :

❖ Bapak dan Mamaku tercinta.

❖ Mas dan Mbak sekeluarga.

❖ Adikku tersayang.

❖ Kegiatanku tersayang.

❖ Mamaku tercinta

Thanks to

- Allah SWT, sebagai pemberi kehidupan.
- Nabi Muhammad, pemimpin umat Islam.
- Mamakku. Semoga cinta dan kasih sayang yang engkau berikan mendapat balasan dari Allah SWT yang akan membasuh dengan penuh kesucian. Tangan, mulut dan hati engkau yang dengan ihsas dan penuh kasih sayang selalu memberi makna kehidupan yang penuh arti. Bintangan serta nasihat yang engkau berikan merupakan untaian kata yang sangat berarti. Maafkan amanda yang belum bisa membuat mamak bangga.
- Maafkan segala kesalahan amanda.
- Bapak. Yang telah menjadi seorang pemimpin keluarga yang arif dalam menyikapi semua dinamika episode kehidupan keluarga. Terima kasih bapak tanpa kenal lelah bekerja mencari nafkah untuk biaya anak-anak bapak. Maafkan amanda yang tak henti-hentinya menjadi beban bapak. Semoga bapak termasuk dalam insan Tuhan yang terbaik.
- Mas, Mbak dan keponakanku. Mas adalah pedoman bagi kami adik-adik mas, tetapi menyadari yang terbaiknya mas.
- Mbak. Terima kasih atas kesabaran dan cinta kasihmu telah menjaga abangku tersayang dan keponakanku. Semoga selalu diberi kesehatan.
- Adikku. Anggi Pradikti Purma Dewi. Mbak, akan selalu sayang ma Anggi. Jangan lupa belajar ya biar keluarga bangga.
- Kekasih Hatiku. Semoga Allah selalu memberikan yang terbaik untuk hubungan kita kelak. Terima kasih atas segala cinta, kasih dan pengertiammu.
- Teman-teman seperjuanganku manajemen kelas D angkatan 2001, tak akan kullupakan kalian semua.
- Kost Kemuning, Dheric, Ika, Kayuk, yuni, Sisfa, Itax, Cici, Ophe dan Dr Kanthie, terima kasih atas pengertiannya selama ini.
- Dewi, sahabat baikku. Semoga dewi dapat yang terbaik. Dwe selalu sayang Dewi amapun dewi berada.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Aslamualaikum Wr, Wb

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT atas terselesaikannya skripsi dengan judul “ANALISIS EFEKTIFITAS IKLAN TELEVISI PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT” karya tulis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari sempurna, berhubung dengan keterbatasan-keterbatasan yang penulis miliki. Walaupun demilian penulis telah berusaha semaksimal mungkin agar inti dari pembahasan dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun bagi para pembaca.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah mendorong dan membantu penulis baik secara langsung maupun tidak dalam penulisan skripsi ini dan secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar S.E M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi

2. Ibu Meika Kurnia Puji R.D.A. S.E M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang penuh kesabaran telah memberikan saran-saran dan masukan kepada penulis demi terselesainya penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Munjiati Munawaroh, S.E M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengarahan serta bimbingan kepada penulis.
4. Bapak Drs. Winarso M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya memberikan bimbingan dan pengarahan dalam menyusun skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta para staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk selama masa kuliah.

Akhirnya penulis berharap semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan serta bantuan dan kebaikannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya bagi UIMV dan pembaca pada umumnya.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>INTISARI</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi

<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	3
C. Rumusan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	5

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
A. Landasan Teori .....	6
1. Perilaku Konsumen .....	6
2. Promosi .....	10
3. Periklanan .....	19
4. Efektifitas Iklan .....	30
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	31

D. Kerangka Pemikiran .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Obyek dan Subyek Penelitian .....	36
B. Jenis Data .....	36
C. Metode Pengambilan Sampel .....	36
D. Teknik Pengumpulan Data .....	37
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	37
F. Uji Kualitas Instrumen .....	48
1. Uji Validitas .....	48
2. Uji Reabilitas .....	48
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian .....	52
1. Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	52
2. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	53
B. Uji Kualitas Instrumen .....	57
1. Uji Validitas .....	57
2. Uji Reliabilitas .....	58
C. Hasil Penelitian .....	59
1. Analisis Aritmetic Mean .....	59
2. Analisis Uji Beda Dua Mean .....	72
D. Pembahasan .....	85
<b>BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>90</b>
A. Kesimpulan .....	90
B. Saran .....	91
C. Keterbatasan Penelitian .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil uji validitas .....	57
Tabel 4.2	Hasil uji reliabilitas variabel penelitian .....	58
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin .....	59
Tabel 4.4	Evaluasi konsumen terhadap isi pesan .....	60
Tabel 4.5	Evaluasi konsumen terhadap struktur pesan .....	61
Tabel 4.6	Evaluasi konsumen terhadap format pesan .....	62
Tabel 4.7	Evaluasi konsumen terhadap sumber pesan .....	63
Tabel 4.8	Evaluasi konsumen terhadap waktu penayangan .....	64
Tabel 4.9	Rata-rata keseluruhan efektifitas iklan berdasarkan evaluasi Konsumen .....	65
Tabel 4.10	Perilaku konsumen dalam hal perhatian terhadap iklan .....	66
Tabel 4.11	Perilaku konsumen dalam hal ketertarikan terhadap produk .....	67
Tabel 4.12	Perilaku konsumen dalam hal keinginan melakukan pembelian .....	68
Tabel 4.13	Perilaku konsumen dalam hal keputusan melakukan pembelian .....	69
Tabel 4.14	Perilaku konsumen dalam hal tingkat keseringan melakukan pembelian .....	70
Tabel 4.15	Rata-rata keseluruhan efektifitas berdasarkan perilaku konsumen .....	71
Tabel 4.16	Hasil uji beda dua mean evaluasi konsumen pada atribut isi pesan .....	73
Tabel 4.17	Hasil uji beda dua mean evaluasi konsumen pada atribut struktur pesan .....	74
Tabel 4.18	Hasil uji beda dua mean evaluasi konsumen pada atribut format pesan .....	75
Tabel 4.19	Hasil uji beda dua mean evaluasi konsumen pada atribut sumber pesan .....	76
Tabel 4.20	Hasil uji beda dua mean evaluasi konsumen pada atribut waktu penayangan .....	77

Tabel 4.21	Hasil uji beda dua mean total evaluasi konsumen pada atribut .....	78
Tabel 4.22	Hasil uji beda dua mean perilaku konsumen pada atribut perhatian terhadap iklan .....	79
Tabel 4.23	Hasil uji beda dua mean perilaku konsumen pada atribut ketertarikan terhadap produk .....	80
Tabel 4.24	Hasil uji beda dua mean perilaku konsumen pada atribut keinginan melakukan pembelian .....	81
Tabel 4.25	Hasil uji beda dua mean perilaku konsumen pada atribut keputusan pembelian .....	82
Tabel 4.26	Hasil uji beda dua mean perilaku konsumen pada atribut tingkat keseringan melakukan pembelian .....	83
Tabel 4.27	Hasil uji beda dua mean total perilaku konsumen pada atribut .....	84
Tabel 4.28	Rangkuman hasil analisis uji beda dua mean .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	Model perilaku konsumen .....	10
Gambar	2.2	Unsur-unsur dalam proses komunikasi .....	13
Gambar	2.3	Kerangka Pemikiran	24