

**ANALISIS PENGARUH PERHATIAN, MINAT, KEINGINAN,
RASA PERCAYA, DAN TINDAKAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA IKLAN ROKOK SAMPOERNA HIJAU
VERSI NGGAK ADA LOE NGGAK RAME**

*Analysis about the Influence of Attention, Interest, Desire,
Conviction, and Action the Consumer's Loyalty
Toward Sampoerna ciGareTte's advertisement in "g Ada Loe g Rame" version*

SKRIPSI



Oleh:

ARI WIDYASTUTI

20030410190

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2008

**ANALISIS PENGARUH PERHATIAN, MINAT, KEINGINAN,
RASA PERCAYA DAN TINDAKAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA IKLAN ROKOK SAMPOERNA HIJAU
VERSI NGGAK ADA LOE NGGAK RAME
(Studi Empiris Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

SKRIPSI

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



Oleh :

Ari Widyastuti

20030410190

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PERHATIAN, MINAT, KEINGINAN,
RASA PERCAYA, DAN TIDAKAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA IKLAN ROKOK SAMPOERNA HIJAU
VERSI NGGAK ADA LOE NGGAK RAME**

Diajukan oleh




Pembimbing

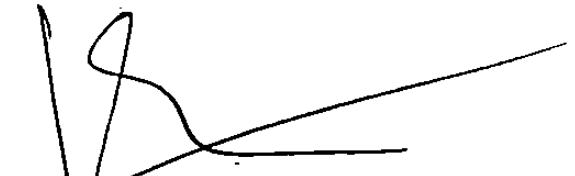
IE Murniati Murniati, SE, M.Si

Tanggal 21 Agustus 2008

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH PERHATIAN, MINAT, KEINGINAN,
RASA PERCAYA DAN TINDAKAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA IKLAN ROKOK SAMPOERNA HIJAU
VERSI NGGAK ADA LOE NGGAK RAME




Edi Supriyono, SE., M.Si


Ika Nurul Qomari, SE., MM

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Ari Widyastuti

Nomor Mahasiswa : 20030410190

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **"ANALISIS PENGARUH PERHATIAN, MINAT, KEINGINAN, RASA PERCAYA DAN TINDAKAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA IKLAN ROKOK SAMPOERNA HIJAU VERSI NGGAK ADA LOE NGGAK RAME"** 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. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Allah akan mengangkat derajat dan martabat mereka yang beriman dan berilmu pengetahuan.

Berangkatlah kamu baik dalam keadaan merasa ringan maupun merasa berat, dan berjihadlah dengan harta dan dirimu di jalan Allah. Yang demikian adalah lebih baik bagimu jika kamu mengetahui.

(QS.At-taubah:41)

Tidak ada sesuatu yang lebih baik dari pada amal yang diperindah dengan ilmu, dan ilmu yang diperindah dengan kebenaran, dan kebenaran yang diperindah dengan kebaikan dan kebaikan diperindahh dengan Taqwa.

Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya hari kemarin adalah impian yang telah berakhir dan berlalu, Lalu

SKRIPSI INI KUPERSEMBAHKAN KEPADA

- **Allah SWT, atas segala Rahmad, Hidayah dan KaruniaNya. Hanya padaMu hamba pintakan segalanya.**
- **Kedua orang tua Tercinta ,Bapak Hartono dan Ibu Kasmidah, yang selalu mendoakan, mendukung, mengarahkan, membimbing, dan telah banyak berkorban, serta membiayai sekolahku hingga sampai saat ini.**
- **Kakek dan Nenekku Tersayang (Amad Suhadi) yang selalu menyayangiku, mendoakan , serta memberikan aku pengarahan. Tanpa kalian aku bukanlah apa-apa.**
- **Adeku (Dewi) ayo semangat kuliahnya, cepet selesai kuliahnya, wisuda terus cari kerja yo...? Mbak makasih ya atas pengertiaanya selama ini, kasih sayang, motivasi serta do'a nya sehingga mbak bisa menyelesaikan kuliah.**
- **Keluarga Besaraku (Bapak Kasidi, ibu Sri Subekti), terima kasih yang telah mendidikku dari aku kecil, hingga sekarang, dan terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan, dan do'a.**
- **Kakakku (Mas Didik, Mas Dita, Mas Rudi, Mas Aris, Mbak Asih, Mbak Betri, Mbak Anis, Mbak Memmy) terima kasih atas semangat, doa dan perhatiannya selama ini.**
- **Sahabat seperjuangan tercinta Ningrum, makasih ya,,,untuk persahabann kita. Tanpa kamu aku takkan pernah mengerti apa arti dari persahabatan yang sesungguhnya.**
- **Sahabat dekatku Aan, terima kasih atas semuanya, perhatian, dan persahabatan kita. Makasih bayak yaa,,Suatu saat nanti kita pasti mendapatkan kebahagiaan kita.**
- **Temen-temen manajemen 2003, ayo semangat ya,,,? Jangan lupakan kebersamaan kita di UMY ini.**
- **Untuk teman-teman Kost Syavin (Mbak Yunny, Runny, Nisa, Nene, Novi, Adis, Ika, Enni, Otic, Tya, Eka, Ajeng, Amalya) , makasih yo atas**

- **Keluarga Bapak Suyoto beserta Ibu Maryunani, terima kasih atas tempatnya dan kasih sayang dan perhatiannya selama saya kuliah disini.**
- **Rental Assacom (Mbak Ambar) terima kasih atas bantuannya selama ini.**
- **Seseorang yang dengan izin Allah akan mendampingiku kelak, membimbing aku agar tetap di jalanMU Ya Allah.**

ABSTRACT

This research aim to analyze about the Influence of Attention, Interest, Desire, Conviction, and Action the Costumers Loyalty, toward Sampoerna cigarete's.

Subjec in was University Student Muhammadiyah Yogyakarta, with samples amount to 100 people. Method of with drawal of sample in non probability with convinience sampling. Data is obtained through primary, data by the way of allotting questionnaire. Data analysis done by using doubled regression analysis and difference test independent sample t test.

Recears result show: (a) Is Attention influence, enthusiasm, desire,feel action and trust jointly to costumers loyalty, (b) Is attention influence, enthusiasm, desire,feel action and trust partially to consumers loyalty, (c) the desire at advertisement creativity have dominant influence to costumerts loyalty.

Keyword: advertisement creativity, consumers loyalty.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perhatian, minat, keinginan, rasa percaya dan tindakan terhadap loyalitas pelanggan pada iklan rokok Sampoerna Hijau.

Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dengan jumlah sampel 100 orang. Metode penarikan secara *non probabilitas* dengan *convenience sampling*. Data diperoleh melalui data primer dengan cara membagikan kuisioner. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda dan uji beda independen sampel t test.

Hasil penelitian menunjukkan: (a) Ada pengaruh perhatian, minat, keinginan, rasa percaya dan tindakan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan. (b) Ada pengaruh perhatian, minat, keinginan, rasa percaya dan tindakan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. (c) Keinginan pada kreativitas iklan memiliki pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan.

KATA PENGANTAR

Segala puji kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH PERHATIAN, MINAT, KEINGINAN, RASA PERCAYA DAN TINDAKAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA IKLAN ROKOK SAMPOERNA HIJAU VERSI NGGAK ADA LOE NGGAK RAME”**.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan guna menyelesaikan Program Strata I Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, bimbingan dan pengarahan, sehingga tersusunlah skripsi ini, yaitu kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs Supriyadi, M.M (Almarhum), selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, petunjuk serta pengarahannya.
2. Hj. Munjiati Munawaroh, SE.M.Si. Selaku Dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, serta pengarahan yang sangat bermanfaat sejak dimulainya hingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Misbahul Anwar, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Orang tua tercinta atas kesempatan, dukungan dan do'anya.
5. Sahabat-sahabat tercinta yang telah memberikan bantuannya, motivasi, arahan dan do'anya.

Semoga kebaikan dan segala bantuan yang telah diberikan akan mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa dan apabila ada penulisan

... dan kelainan penulis mohon maaf yang sebesar-

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis, oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun dan bermanfaat dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Alhamdulillah karena dengan selesa skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
1. Komunikasi Pemasaran	7
2. Proses Komunikasi	8
3. Langkah-langkah Komunikasi yang Efektif	9

4. Promosi	11
5. Periklanan	12
6. Strategi Kreatif Dalam Periklanan.....	22
7. Loyalitas	25
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Hipotesis	34
D. Model Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Obyek dan Subyek Penelitian	36
B. Jenis Data	36
C. Teknik Pengambilan Sampel	36
D. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	38
F. Uji Kualitas Instrumen	42
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
B. Analisis Deskriptif	48
C. Uji Kevalidan Instrumen	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	54
D. Hasil Penelitian	54

2. Uji t / Parsial	55
3. Uji F	58
4. Variabel Dominan.....	59
5. Koefisien Determinasi	60
E. Pembahasan	60
BAB V KESIMPULAN, SARAN, KETERBATASAN PENELITIAN ...	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	65

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	49
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/uang saku per bulan.....	50
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Perhatian.....	51
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Minat	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Keinginan	52
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Rasa Percaya	52
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Tindakan.....	53
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Loyalitas.....	53
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Reliabilitas	54
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Regresi Berganda.....	55
Tabel 4.13	Hasil Uji t (parsial)	56
Tabel 4.14	Hasil UJI F (Bersama-sama)	58

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1	Proses Komunikasi Pemasaran	11
.....	25