



**PENGARUH IKLAN MEDIA TELEVISI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN
ROKOK GUDANG GARAM INTERNATIONAL**

(Studi Kasus pada Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)



Oleh

**BAKHARUDIN STIYAWAN
20020410331**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

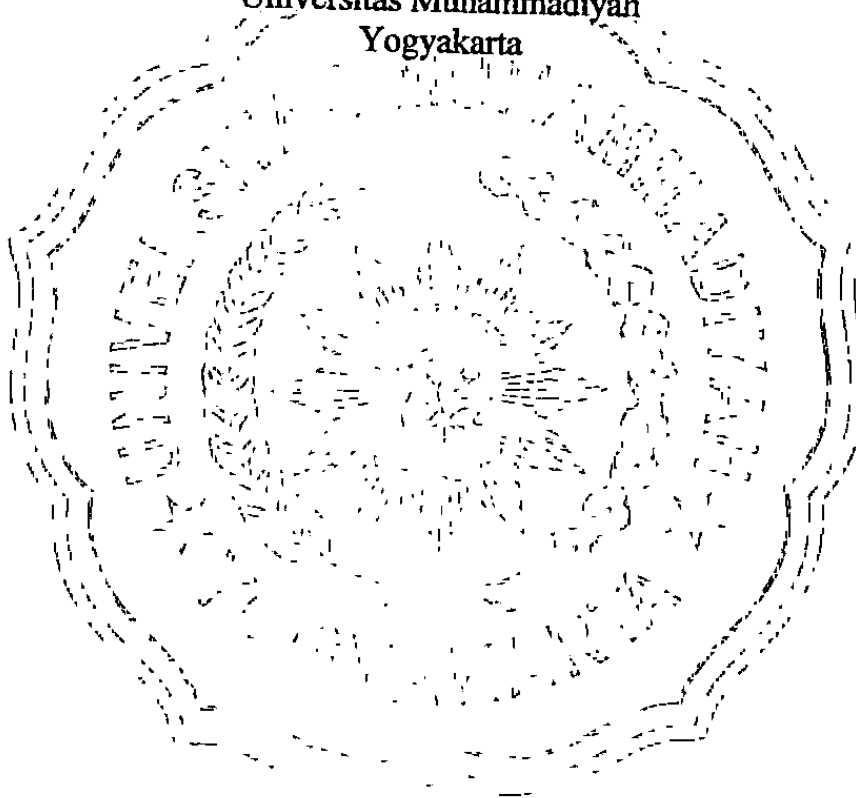


**PENGARUH IKLAN MEDIA TELEVISI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN
ROKOK GUDANG GARAM INTERNATIONAL**

(Studi Kasus pada Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

SKRIPSI

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



Oleh

**BAKHARUDIN STIYAWAN
20020410331**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

SKRIPSI
PENGARUH IKLAN MEDIA TELEVISI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN
ROKOK GUDANG GARAM INTERNATIONAL

(Studi Kasus pada Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)



Telah disetujui Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Meika Kurnia Puji R.D.A.", is written over a horizontal line.

SKRIPSI
PENGARUH IKLAN MEDIA TELEVISI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN
ROKOK GUDANG GARAM INTERNATIONAL

(Studi Kasus pada Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

Diajukan oleh


BAKHARUDIN-STIYAWAN

2002041033.1

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 22 Mei 2008

Yang terdiri dari


Edi Supriyono, Drs., M.M.

Ketua Tim Penguji

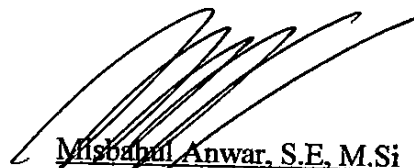


Meika Kurnia Puji R.D.A., S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji



Sutrisno Wibowo, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


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

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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Jadikan sabar dan sholat sebagai penolongmu"

(QS. Al-Baqarah : 45)

"Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya"

(QS. An-Najm : 39)

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakannya dengan sungguh - sungguh (urusan yang lain)"

(QS. Al-Insyrah : 6-7)

"Tuntutlah ilmu dan Beramallah dengan ilmu itu, karena orang beramal dengan ilmunya laksana"

❖ Matahari : "Dia menyinari yang lain, dan dirinya sendiri memang terang"

❖ Kasturi : "Dia mengharumkan yang lain dan dirinya sendiri harum"

(Al-Ghozali)

Karya kecilku ini kupersembahkan kepada :

Thanks to

✠ Segala puji bagi Allah Tuhan Semesta Alam yang telah memberikan

rahmah, hidayah, serta inayah-Nya

✠ Ayah dan Ibu Tercinta, untuk semua pengorbanan, kasih sayang,

nasehat-nasehatnya dan doanya...

✠ Kakakku dan Fatmahan sayang, untuk semua motivasi dan doanya...

✠ Temen & Sahabatku Ma, thanks banget atas semuanya....semoga

kebahagian selalu menyertai dalam kehidupamu, semua yang terbaik

buat kamu & jangan lupakan persahabatan Q...aku akan selalu ingat

semuanya yang kuberikan ke aku...successes for you.....

✠ Bapak serta Ibu kost "Wisma Damai", mas Agus, mas Hari, mbak Tuti,

mbak Atun.

✠ Temen-temen "Wisma Damai", Kabeh wae tanpa terkecuali....Buat

(Sabeni, Murni, Tono, Reza, Caplin, Gendut) terusin aja perjuangan kalian.

Sukses aja buat kalian semua...

✠ Temen-temen Manajemen Kelas F (2002) Sukses buat kalian

semuanya.....

"Terima kasih banyak atas segala bantuan serta dukungannya & mohon maaf

kalian ada kesalahan baik kata maupun perbuatan,

yang disengaja ataupun tidak"

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh iklan di media televisi terhadap loyalitas konsumen rokok Gudang Garam *International*. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang mengkonsumsi rokok Gudang Garam *International* dan pernah melihat iklan rokok Gudang Garam *International* yang ditayangkan di televisi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 103 orang, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probabilitas* yaitu *purposive sampling*. Data diperoleh melalui data primer dengan menggunakan kuesioner yang diisi secara langsung oleh responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut iklan di media televisi. Secara parsial variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen rokok Gudang Garam *International* adalah rasa percaya (*conviction*), perhatian (*attention*), keinginan (*desire*), dan tindakan (*action*), sedangkan variabel minat (*interest*) secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen rokok Gudang Garam *International*. Rasa percaya (*conviction*) adalah variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas konsumen rokok Gudang Garam *International*.

ABSTRACT

This research is done to analyzes the influence of advertisement in television media towards loyalty of the consumers of Gudang Garam International cigarette. The sample in this research are students of Faculty Economy University Muhammadiyah Yogyakarta, who are consume Gudang Garam International cigarette and ever seen advertisement of Gudang Garam International cigarette which broadcasted in television. Amount of this research sample is 103 pearson, the techniq to collect the sample which is used Non Probability namely Purposive Sampling. The data is obtained through the primer data by using quisioner which is filled directly by the responden. The data analyzes is done by using Double Liniear Regression.

The result of the research show that advertisement atribute in television partially the variable which have significant influence towards loyalty of the consumers Gudang Garam International cigarette are conviction, attention, desire, and action. Whereas the interest variable partially doesn't have significant influence towards the loyalty of the consumers of Gudang Garam International cigarette. Conviction is variable which has the most dominant influence towards loyalty of the consumers of Gudang Garam International cigarette.

Keywords: Advertisement, Consumer Loyalty

KATA PENGANTAR



السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji syukur kehadiran Alloh SWT yang telah melimpahkan rohmah, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Iklan Media Televisi Terhadap Loyalitas Konsumen Rokok Gudang Garam International" dengan baik sekalipun berbagai rintangan menyertainya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda tercinta Nabiyullah Muhammad SAW yang telah membimbing kita dengan ajaran pencerahan, serta do'a dan safa'atnya yang kita semua harapkan di akhirat kelak.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Meika Kurnia Puji R.D.A, S.E., M.Si. selaku Dosen pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasannya memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ijin penelitian dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
3. Ibu Isthofaina Astuti, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberi bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
4. Seluruh staf pengajar dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dengan segala kesabaran dan keikhlasannya memberikan ilmu dan fasilitas.
5. Ayah dan Ibu, tak ada kata-kata yang mampu mengungkapkan rasa terimakasihku atas kasih sayang dan segala pengorbananmu yang telah engkau

6. Spesial terima kasih buat temanku Na” yang dengan ketulusan dan keikhlasan hatimu membantuku hingga aku dapat menyelesaikan skripsiku.
7. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan dan kemudahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga amal kebaikan dan segala bimbingan serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan pahala dari Allah SWT.

Akhirnya, penulis menyadari tidak ada kesempurnaan pada diri manusia, karena kesempurnaan hanya milik Allah dan hanya Allah lah yang penulis harapkan menjadikan karya kecil ini bermanfaat bagi kita semua.

Amiin...

والسلام على من اتبع الهدى
والسلام على من اتبع الهدى

Yogyakarta, Mei 2008

Bakharudin Stiyawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
1. Periklanan	8
2. Periklanan Melalui Media Televisi	19
3. Loyalitas	21
B. Hipotesis dan Penelitian Terdahulu.....	24
D. Model Penelitian	34
BAB III. METODA PENELITIAN	35

	B. Jenis Data.....	35
	C. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	36
	F. Uji Kualitas Instrumen.....	39
	G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	41
BAB IV.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
	A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian.....	
	1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	43
	2. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	52
	B. Uji Kualitas Instrumen.....	55
	1. Hasil Uji Validitas.....	55
	2. Hasil Uji Reliabilitas.....	57
	C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	58
	1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
	2. Uji Hipotesis.....	60
	D. Pembahasan (Interpretasi).....	63
	1. Hasil Uji hipotesis ke I.....	63
	2. Hasil Uji hipotesis ke II.....	66
BAB V.	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	
	68
	A. Simpulan.....	68
	B. Saran.....	68
	C. Keterbatasan Penelitian.....	60

DAFTAR TABEL

TABEL 4.1.	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	53
TABEL 4.2.	: Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	53
TABEL 4.3.	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
TABEL 4.4.	: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
TABEL 4.5.	: Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku.....	55
TABEL 4.6.	: Hasil Uji Validitas.....	56
TABEL 4.7.	: Hasil Uji Reliabilitas.....	57
TABEL 4.8.	: Hasil Uji Linier Berganda.....	58

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1. : Pengaruh Jangka Panjang Iklan	16
GAMBAR 2.2. : Model Hierarki Cara Kerja Periklanan.....	17
GAMBAR 2.3. : Model Periklanan.....	21