

**PENGARUH KREATIVITAS IKLAN TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT DAN CLOSE-UP**

*The Influence of Advertisement Creativity to Consumer Loyalty  
of Pepsodent and Close-up Toothpaste Products*

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:  
**ZEN FUADI**  
**20030410369**

**FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**PENGARUH KREATIVITAS IKLAN TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT DAN CLOSE-UP**

*The Influence of Advertisement Creativity to Consumer Loyalty  
of Pepsodent and Close-up Toothpaste Products*

**SKRIPSI**

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



Disusun oleh:

**ZENFUADI**

**20030410369**

**FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2009**

**SKRIPSI**

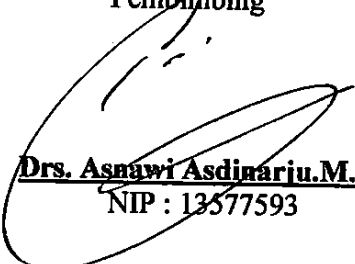
**PENGARUH KREATIVITAS IKLAN TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT DAN CLOSE-UP**

*The Influence of Advertisement Creativity to Consumer Loyalty  
of Pepsodent and Close-up Toothpaste Products*



Telah disetujui oleh :

Pembimbing

  
**Drs. Asnawi Asdinariju.M.Si.**  
NIP : 13577593

Tanggal: 02 Mei 2009

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KREATIVITAS IKLAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**  
**PRODUK PASTA GIGI PEPSODENT DAN CLOSE-UP**

*The Influence of Advertisement Creativity to Consumer Loyalty  
of Pepsodent and Close-up Toothpaste Products*

Diajukan oleh

**ZEN FUADI**  
**20030410369**

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

Tanggal 23 Juni 2009

Yang terdiri dari:

  
**Wihandaru Sotya Pamungkas, Drs. M.Si**  
Ketua Tim Penguji

  
**Drs. Anspawi Asdinardju, M.Si**  
Anggota Tim Penguji

  
**Iskandar Buchori, SE, M.Si**  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
**Mishbah Anwar, SE, M.Si**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi Swasta ataupun Negeri, 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, 02 Mei 2009

**ZEN FUADI**

## MOTTO dan PERSEMBAHAN

### ➤ MOTTO

ARTI  
PUNYA  
HENDAKLAH  
HIDUP SEKALI

### ➤ SKRIPSI INI KUPERSEMBAHAN UNTUK :

- MAK DAN BAPAK, TERIMAKASIH ATAS SEMUA PERJUANGAN DAN PENGORBANAN YANG TAK TERNILAI OLEH APAPUN
- ISTRI DAN ANAKKU TERCINTA
- ALMAMATERKU

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas iklan terhadap loyalitas konsumen di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan menggunakan variabel AIDCA. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah : (a) Ada pengaruh perhatian, minat, keinginan, rasa percaya dan tindakan secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen, (b) Ada pengaruh perhatian, minat, keinginan, rasa percaya dan tindakan secara parsial terhadap loyalitas konsumen, (c) Ada perbedaan perhatian, keinginan, rasa percaya dan tindakan antara pasta gigi Pepsodent dan Close-up.

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dengan jumlah sampel berjumlah 60 orang. Metode penarikan sampel secara non probabilitas dengan teknik *purposive sampling*. Data diperoleh melalui data primer dengan cara membagikan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda dan uji beda independent sample t test.

Hasil penelitian menunjukkan: (a) Ada pengaruh perhatian, minat, minat, keinginan, rasa percaya dan tindakan secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen, (b) Ada pengaruh perhatian, minat, keinginan, rasa percaya dan tindakan secara parsial terhadap loyalitas konsumen, sedangkan variabel tindakan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel loyalitas konsumen pasta gigi pepsodent, (c) Tidak ada perbedaan perhatian, minat, keinginan, rasa percaya dan tindakan antara pasta gigi Pepsodent dengan Close-up.

## **Abstract**

*This research aimed to determine the influence of advertisement creativity to the consumer loyalty in University of Muhammadiyah Yogyakarta using variable AIDCA. Hypothetical proposed in this research are: (a) There are influences of attention, interest, desire, confidence and action to consumer loyalty, (b) There are influences of attention, interest, desire, confidence and action partially to the consumer loyalty, (c) There are differences in attention, desire, confidence and action between Pepsodent and Close-up toothpaste products.*

*Subject in this research were students of Muhammadiyah University of Yogyakarta, with samples amount to 60 people. The method of sample collection through non-probability was using purposive sampling technique. Data was obtained through primary data by distributing the questionnaires. Data analysis was performed using double regression analysis and test of difference using independent sample t test.*

*The results: (a) There are influences of attention, interest, desire, confidence and action together to consumer loyalty, (b) There are influences of attention, interest, desire, confidence and action towards partially to the consumer loyalty, but the action variable did not have any influence to the loyalty of consumer of Pepsodent toothpaste (c) There is no difference in attention, interest, desire, confidence and action between Pepsodent and Close-up toothpaste products.*



## KATA PENGANTAR



الحمد لله الذي هدانا لهذا

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T atas limpahan rahmat, hidayah dan inayah yang tiada terkira sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Pasta gigi Pepsodent dan Close-up”** dengan baik sekalipun berbagai rintangan menyertainya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada baginda tercinta Nabiullah Muhammad SAW yang telah membimbing kita dengan ajaran pencerahan, serta safa'atnya yang kita semua harapkan di akhirat kelak.

Dalam penyusunan skripsi ini ditemui kendala dan kesulitan yang sehingga penulis menyadari masih banyak kekurangan, baik dalam penyajian maupun bentuk disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, akan tetapi berkat petunjuk, dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Ibu Musa'diyah dan Bapak Matmundi, selaku Orang Tua. Makasih atas semua

Revisi, Bimbingan, Kerasukan, Pendidikan dan Kasih sayang yang

tiada terbatas. Serta Do'a yang selalu Mak dan Bapak mintakan demi anak-anakmu demi Keluarga

2. Ibu Marwiyah dan Abah Siono, Makasih atas semua kepercayaan, kesempatan dan Do'a yang selalu Ibu dan Abah berikan
  3. Isrtiku Siti Muawwana, Makasih atas semua Do'a, Perjuangan, Perhatian, Pengertian, Pengorbanan serta Pengabdian yang selalu engkau lakukan selama ini. Masih banyak hal yang harus kita lakukan dalam hidup ini, semoga saja Allah selalu berikan petunjuk untuk kita, untuk jalani hidup ini sesuai dengan apa yang beliau kehendaki, untuk mendapatkan Ridloh-nya. *I LOVE U*
  4. Anak-Ku Aqil Waffa Wildan Zawafy. Cepat BESAR Nak.... jadilah Anak yang Sholeh yang Ahli Ilmu, Ahli Amal, Ahli Ibadah dan selalu waspadalah akan bujuk rayu Iblis dan Syetan. Semoga Allah selalu berikanmu petunjuknya.
  5. Saudaraku: Lutfi Chumaidi, Ziyak Ul-hak, Elik Winarti, Safi', Nur Yani, Choiron. Makasih atas Do'a, Perhatian, serta motivasinya. Banyak hal yang bisa saya jadikan pelajaran dari kalian.
  6. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi
  7. Bapak Drs. Asnawi Asdinarju M.si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberi bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
  8. Ibu Fauziah, S.E, Msi, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah
- memberikan ilmu dan pengarahannya dari awal masa kuliah hingga selesai

9. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendidik dan mengajari penulis selama menempuh perkuliahan.
10. Seluruh karyawan dan staf TU Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dan partisipasinya sehubungan dengan penyusunan skripsi penulis.
11. Seluruh Keluargaku di Jombang, Ibu Ya, Bapak Agus, Adik Nurul, Diky. Makasih atas Do'a, pengarahan, perhatian, dan semua yang engkau berikan yang tak terhitung nilainya.
12. Buat Kawan-kawan seperjuangan Mbah Yuda, Ari Ompong, Ari Katrok, Edy Roman, Yusman, Budi Roh, Agung welas, Bisri, Lakidi tur Akung. Makasih atas perjuangan kalian, Zen Fuadi Masyhuri al-Buchori tidak akan pernah melupakan jasa-jasa kalian. Tanks.....!!!
13. Buat Kawan-kawan Fak/Jur Ekonomi/Manajemen 2003, Makasih atas kebersamaanya selama ini, kan selalu ku ingat saat-saat kita bersama. Dimanapun dan apapun aktivitas yang kalian lakukan saat ini semoga menjadi sesuatu yang buat kalian dan buat orang-orang yang kalian *CINTAI*.....!!!
14. Buat semua shobatku Alumni Al-karimi 2 periode 2000 dan temen-temen Alumni Mamba'ul Ma'rif Denanyar Jombang khususnya buat Yusuf, Zakky, Zainal, Choiruddin moga kalian temukan Cinta Sejati.

Semoga amal kebaikan dan segala bimbingan serta bantuan yang telah

diberikan kepada penulis mendapat imbalan pahala dari Allah SWT. 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 عليكم ورحمة الله وبركاته

Yogyakarta, 02 Mei 2009

Penulis

**Zen Fuadi**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN INTI SARI .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Batasan masalah Penelitian .....	6
C. Rumusan masalah Penelitian.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A. Landasan Teori .....	9
1. Pengertian Periklanan .....	9
2. Tujuan Periklanan .....	10
3. Bentuk Iklan Televisi .....	12
4. Struktur Kreatif dalam Iklan.....	13
5. Pesan Iklan.....	14
6. Struktur Iklan dan Rumusan AIDCA .....	17
7. Pegaertian Loyalitas .....	19
8. Pengertian Kretifitas .....	22
B. K.....	22

	C. Hasil Penelitian Terdahulu .....	24
	D. Penurunan Hipotesis .....	25
<b>BAB III.</b>	<b>METODA PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
	A. Obyek Dan Subjek Penelitian.....	29
	B. Jenis Data.....	29
	C. Teknik Pengumpulan Data .....	29
	D. Teknik Pengambilan Sampel.....	30
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
	F. Alat Ukur Penelitian.....	33
	G. Uji Kualitas Instrumen .....	33
	H. Pengujian Reliabilitas.....	34
<b>BAB IV.</b>	<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	40
	B. Analisis Deskriptif.....	51
	C. Uji Kevalidan Instrumen.....	55
	D. Hasil Penelitian .. ..	63
	E. Pembahasan .....	75
<b>BAB V.</b>	<b>SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.83</b>	
	A. Simpulan.....	83
	B. Keterbatasan dan Saran .....	85

## DAFTAR TABEL

TABEL 4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
TABEL 4.2	: Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	51
TABEL 4.3	: Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	51
TABEL 4.4	: Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	52
TABEL 4.5	: Hasil Analisis Diskriptif Pepsodent.....	53
TABEL 4.6	: Hasil Analisis Diskriptif Close-up.....	54
TABEL 4.7	: Hasil Uji Validitas Perhatian.....	55
TABEL 4.8	: Hasil Uji Validitas Minat.....	56
TABEL 4.9	: Hasil Uji Validitas Keinginan.....	57
TABEL 4.10	: Hasil Uji Validitas Rasa Percaya.....	58
TABEL 4.11	: Hasil Uji Validitas Tindakan.....	59
TABEL 4.12	: Hasil Uji Validitas Loyalitas.....	60
TABEL 4.13	: Hasil Uji <i>Reliabilitas</i> .....	61
TABEL 4.14	: Hasil Regresi Pepsodent.....	62
TABEL 4.15	: Hasil Regresi Close-up.....	63
TABEL 4.16	: Hasil Uji F Pepsodent.....	65
TABEL 4.17	: Hasil Determinasi Pepsodent.....	68
TABEL 4.18	: Hasil Uji F Close-up.....	69
TABEL 4.19	: Hasil Determinasi Close-up.....	71
TABEL 4.20	: Hasil Uji Beda.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Loyalitas Konsumen 22