

CONSUMER DECISION MODEL
PENDEKATAN ALTERNATIF ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN:
STUDI EMPIRIS IKLAN DI TELEVISI TENTANG
SHAMPO PANTENE, SUNSILK DAN CLEAR

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

MUHAMMAD KHOIRUL ANAS
20020410187

FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI

CONSUMER DECISION MODEL

**PENDEKATAN ALTERNATIF ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN:
STUDI EMPIRIS IKLAN DI TELEVISI TENTANG
SHAMPO PANTENE, SUNSILK DAN CLEAR**



Yogyakarta, 5 Februari 2007

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Sutrisno Wibowo, SE, MM

NIK : 143 030

SKRIPSI

CONSUMER DECISION MODEL

PENDEKATAN ALTERNATIF ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN:

STUDI EMPIRIS IKLAN DI TELEVISI TENTANG

SHAMPO PANTENE, SUNSILK DAN CLEAR

Diajukan oleh

MUHAMMAD KHOIRUL ANAS

20020410187

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

Tanggal, 27 Maret 2007

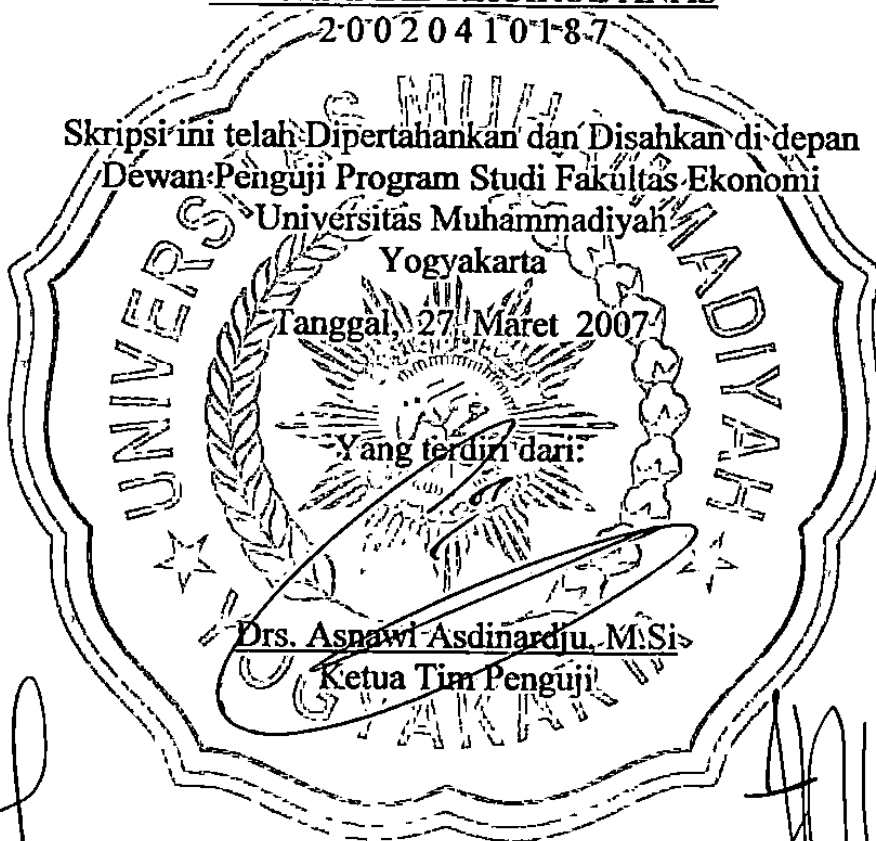
Yang terdiri dari:

Drs. Asnawi Asdinardju, M.Si

Ketua Tim Penguji

Fauziah, SE, M.Si
Anggota Tim Penguji

Fajarwati, SE, M.Si
Anggota Tim Penguji



MOTTO & PERSEMBAHAAN

- ❖ "Ketika pedang melukai tubuh masih ada harapan untuk sembuh...tetapi ketika lidah melukai hati hendak kemana obat kan dicari".....(Penulis)
- ❖ "Sebaik-baiknya orang diantara kamu adalah orang yang mengingatkanmu kepada Allah SWT dengan sekedar melihatnya" (HR Ahmad)
- ❖ "Hari-hari adalah lembaran baru untuk goresan amal perbuatan. Jadikanlah hari-harimu syarat dengan amalan yang terbaik. Kesempatan itu akan lenyap secepat perjalanan awan, dan menunda-nunda pekerjaan tanda orang yang merugi. Dan barangsiapa bersampan kemalasan, ia akan tenggelam bersamanya" (Ibnu Jauzy, Al Muhtisy, hlm. 382)

KARYA INI KUPERSEMBAHKAN :

**BUNDA DAN AYAH
KAKAK-KAKAKU
ALMAMATER**

SECRET
EXCLUDED-UNCLASSIFIED
EXCLUDED-UNCLASSIFIED

SECRET THE INFORMATION CONTAINED HEREIN IS UNCLASSIFIED

(S) (U) (F) (P) (C) (D) (E) (G) (H) (I) (J) (K) (L) (M) (N) (O) (P) (Q) (R) (S) (T) (U) (V) (W) (X) (Y) (Z) (AA) (AB) (AC) (AD) (AE) (AF) (AG) (AH) (AI) (AJ) (AK) (AL) (AM) (AN) (AO) (AP) (AQ) (AR) (AS) (AT) (AU) (AV) (AW) (AX) (AY) (AZ) (BA) (BB) (BC) (BD) (BE) (BF) (BG) (BH) (BI) (BJ) (BK) (BL) (BM) (BN) (BO) (BP) (BQ) (BR) (BS) (BT) (BU) (BV) (BW) (BX) (BY) (BZ) (CA) (CB) (CC) (CD) (CE) (CF) (CG) (CH) (CI) (CJ) (CK) (CL) (CM) (CN) (CO) (CP) (CQ) (CR) (CS) (CT) (CU) (CV) (CW) (CX) (CY) (CZ) (DA) (DB) (DC) (DD) (DE) (DF) (DG) (DH) (DI) (DJ) (DK) (DL) (DM) (DN) (DO) (DP) (DQ) (DR) (DS) (DT) (DU) (DV) (DW) (DX) (DY) (DZ) (EA) (EB) (EC) (ED) (EE) (EF) (EG) (EH) (EI) (EJ) (EK) (EL) (EM) (EN) (EO) (EP) (EQ) (ER) (ES) (ET) (EU) (EV) (EW) (EX) (EY) (EZ) (FA) (FB) (FC) (FD) (FE) (FF) (FG) (FH) (FI) (FJ) (FK) (FL) (FM) (FN) (FO) (FP) (FQ) (FR) (FS) (FT) (FU) (FV) (FW) (FX) (FY) (FZ) (GA) (GB) (GC) (GD) (GE) (GF) (GG) (GH) (GI) (GJ) (GK) (GL) (GM) (GN) (GO) (GP) (GQ) (GR) (GS) (GT) (GU) (GV) (GW) (GX) (GY) (GZ) (HA) (HB) (HC) (HD) (HE) (HF) (HG) (HH) (HI) (HJ) (HK) (HL) (HM) (HN) (HO) (HP) (HQ) (HR) (HS) (HT) (HU) (HV) (HW) (HX) (HY) (HZ) (IA) (IB) (IC) (ID) (IE) (IF) (IG) (IH) (II) (IJ) (IK) (IL) (IM) (IN) (IO) (IP) (IQ) (IR) (IS) (IT) (IU) (IV) (IW) (IX) (IY) (IZ) (JA) (JB) (JC) (JD) (JE) (JF) (JG) (JH) (JI) (JJ) (JK) (JL) (JM) (JN) (JO) (JP) (JQ) (JR) (JS) (JT) (JU) (JV) (JW) (JX) (JY) (JZ) (KA) (KB) (KC) (KD) (KE) (KF) (KG) (KH) (KI) (KJ) (KK) (KL) (KM) (KN) (KO) (KP) (KQ) (KR) (KS) (KT) (KU) (KV) (KW) (KX) (KY) (KZ) (LA) (LB) (LC) (LD) (LE) (LF) (LG) (LH) (LI) (LJ) (LK) (LL) (LM) (LN) (LO) (LP) (LQ) (LR) (LS) (LT) (LU) (LV) (LW) (LX) (LY) (LZ) (MA) (MB) (MC) (MD) (ME) (MF) (MG) (MH) (MI) (MJ) (MK) (ML) (MN) (MO) (MP) (MQ) (MR) (MS) (MT) (MU) (MV) (MW) (MX) (MY) (MZ) (NA) (NB) (NC) (ND) (NE) (NF) (NG) (NH) (NI) (NJ) (NK) (NL) (NM) (NN) (NO) (NP) (NQ) (NR) (NS) (NT) (NU) (NV) (NW) (NX) (NY) (NZ) (OA) (OB) (OC) (OD) (OE) (OF) (OG) (OH) (OI) (OJ) (OK) (OL) (OM) (ON) (OO) (OP) (OQ) (OR) (OS) (OT) (OU) (OV) (OW) (OX) (OY) (OZ) (PA) (PB) (PC) (PD) (PE) (PF) (PG) (PH) (PI) (PJ) (PK) (PL) (PM) (PN) (PO) (PP) (PQ) (PR) (PS) (PT) (PU) (PV) (PW) (PX) (PY) (PZ) (QA) (QB) (QC) (QD) (QE) (QF) (QG) (QH) (QI) (QJ) (QK) (QL) (QM) (QN) (QO) (QP) (QQ) (QR) (QS) (QT) (QU) (QV) (QW) (QX) (QY) (QZ) (RA) (RB) (RC) (RD) (RE) (RF) (RG) (RH) (RI) (RJ) (RK) (RL) (RM) (RN) (RO) (RP) (RQ) (RR) (RS) (RT) (RU) (RV) (RW) (RX) (RY) (RZ) (SA) (SB) (SC) (SD) (SE) (SF) (SG) (SH) (SI) (SJ) (SK) (SL) (SM) (SN) (SO) (SP) (SQ) (SR) (SS) (ST) (SU) (SV) (SW) (SX) (SY) (SZ) (TA) (TB) (TC) (TD) (TE) (TF) (TG) (TH) (TI) (TJ) (TK) (TL) (TM) (TN) (TO) (TP) (TQ) (TR) (TS) (TT) (TU) (TV) (TW) (TX) (TY) (TZ) (UA) (UB) (UC) (UD) (UE) (UF) (UG) (UH) (UI) (UJ) (UK) (UL) (UM) (UN) (UO) (UP) (UQ) (UR) (US) (UT) (UU) (UV) (UW) (UX) (UY) (UZ) (VA) (VB) (VC) (VD) (VE) (VF) (VG) (VH) (VI) (VJ) (VK) (VL) (VM) (VN) (VO) (VP) (VQ) (VR) (VS) (VT) (VU) (VV) (VW) (VX) (VY) (VZ) (WA) (WB) (WC) (WD) (WE) (WF) (WG) (WH) (WI) (WJ) (WK) (WL) (WM) (WN) (WO) (WP) (WQ) (WR) (WS) (WT) (WU) (WV) (WW) (WX) (WY) (WZ) (XA) (XB) (XC) (XD) (XE) (XF) (XG) (XH) (XI) (XJ) (XK) (XL) (XM) (XN) (XO) (XP) (XQ) (XR) (XS) (XT) (XU) (XV) (XW) (XX) (XY) (XZ) (YA) (YB) (YC) (YD) (YE) (YF) (YG) (YH) (YI) (YJ) (YK) (YL) (YM) (YN) (YO) (YP) (YQ) (YR) (YS) (YT) (YU) (YV) (YW) (YX) (YZ) (ZA) (ZB) (ZC) (ZD) (ZE) (ZF) (ZG) (ZH) (ZI) (ZJ) (ZK) (ZL) (ZM) (ZN) (ZO) (ZP) (ZQ) (ZR) (ZS) (ZT) (ZU) (ZV) (ZW) (ZX) (ZY) (ZZ)

UNCLASSIFIED

PERSEMBAHAN

- ❖ Allah SWT yang selalu senantiasa melimpahkan rahmat, hidayah serta mukfizatnya kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan karya ilmiah ini. Tanpa kekuasaanMu serta keagunganMu penulis tidak berarti sama sekali.
- ❖ Terminologi Bunda dengan kasih sayangmu serta cinta dan doamu penulisan ini dapat terselesaikan, engkau selalu tersenyum ketika melihat anakmu ini bahagia dan kau tersenyum air mata ketika melihat anakmu ini bersejahtera. Kau adalah sesuatu yang indah bagiku yang selalu certainty hati dikala jiwa ini terpuruk, setamun melekat sampai anakmu ini diujung usia nanti.
- ❖ Terminologi Ayah engkau ajarkan anakmu ini arti hidup, arti mengasahi dan dikasih, arti menghormati dan dihormati. Engkau turturkan kata-kata bijak dalam menyikapi kehidupan ini.
- ❖ Maafkan anakmu ini ayah jika selama ini selalu berbuat salah padamu, sering membuat hatimu tertuka dan sering menyalah artikan perhatianmu padaku...
Terimakasih Ayah dan Bunda tanpa kalian anakmu ini tidak berarti sama sekali.
- ❖ Terminologi Mas, Mas selalu ada buat adek. Mas ajarkan adek bagaimana cara bergaul dan menghargai arti persahabatan. Mas selalu jadi pendung buat adek, dan selalu mengalah untuk kebahagiaan adek... Maafin adek ya Mas? Kalau sering ngrepotin dan selalu bikin Mas jengkel.
- ❖ To Mbak Ira makasih udah menyanyangi dan mencintai Mas apa adanya, jagain Mas ya mba... semoga keluarga kalian diberi kelancaran rezeki dan menjadi keluarga yang sakinah, mawaddah, dan warohmah... amin...
- ❖ To jaguan kecilku "Stefano Lucky Mahardika" jangan nakal ya, kasihlah Mama Papa... katanya sayang ma semuarnya? Kpok kalo dibilangin malah marah2 besok2 ga boleh gitu lagi ya?
- ❖ To Veneq Pak dhe, Bu Dhe, Om dan Tante yang g bisa disebutin sata-satu disini, terima kasih atas support dan doa dari kalian semua.
- ❖ Thank's to Auntia AKBAR (Moeji) sahabatku... sukses to kerjanya, asmaranya dan kehidupannya ya, "jangan pernah lupa tuk selalu bersyukur" masih inget kan? Itu kata-kata yang sering kita ucapin saat dulu kita masih bersama... dan sekarang kata-kata itu selalu teringat dan akan selalu kuingat... iii
- ❖ To Mas Fatur makasih udah mau meluangkan waktu to ngebimbing saya Mas, sehingga penulisan ini dapat terselesaikan. Semoga cepet dapat pendamping ya Mas...
- ❖ To Duita makasih ya...??
- ❖ To anak-anak Manajemen "C" 2002 topik (Kong Jaji), Omponk, Buddy (Besjo), Aje, Dartex, Mella, Lima, Tanti dan masih banyak yang gak disebutin disini... sukses to kalian semua ya?
- ❖ To teman-temanku yang paling gokill... Jack (DoNy), lu kalo kentuk bau bgt, Rezza (Abonkko), janggan jera ya maen motorrya, have fun ma yuNy, Jendy (cah

PERSEMBAHAN

1. Untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertarikan dunia yang adil dan damai.

2. Untuk memajukan kebudayaan nasional Indonesia di tengah peradaban dunia dengan menjamin kebebasan masyarakat dalam memelihara dan mengembangkan nilai-nilai budayanya.

3. Untuk meningkatkan keadilan dan pemerataan pembangunan serta hasil-hasilnya, terutama di daerah pedesaan, pinggiran, dan daerah-daerah yang kurang maju.

4. Untuk meningkatkan peran serta masyarakat dalam pembangunan, terutama di kalangan masyarakat yang kurang maju.

5. Untuk meningkatkan peran serta masyarakat dalam pembangunan, terutama di kalangan masyarakat yang kurang maju.

6. Untuk meningkatkan peran serta masyarakat dalam pembangunan, terutama di kalangan masyarakat yang kurang maju.

7. Untuk meningkatkan peran serta masyarakat dalam pembangunan, terutama di kalangan masyarakat yang kurang maju.

8. Untuk meningkatkan peran serta masyarakat dalam pembangunan, terutama di kalangan masyarakat yang kurang maju.

9. Untuk meningkatkan peran serta masyarakat dalam pembangunan, terutama di kalangan masyarakat yang kurang maju.

kapiten?, Munir, kapan2 tai lalatnya dioperasi ya, Darovik (Mas Dhar), badan gede, gagah, kok tukang ngantuk, EkO (si MaT), dah siap merried? Antok, cepet dapat gawean, Benny, jangan pacaran trus, Annas, jagain tu kiffy, Pandy (Gepenk), ojo isin diarui ngapak, Herry (gendut), asli kayak celengan semar lu, Irfan (Aneh), kapan-lu bakal berubah, nyadar napa siee, Jo-Ijo (Johan), lima waktunya jgn telat ya cak, Irodat (Dompur), jagain tuch endut, Sarju (Heppy), masih brani nantang biyard?... makasih banget ya?? kalian semua udah mau nungguin aku pendadaran. Terlalu banyak waktu yang kita habiskan to bersama-sama, jangan cuman nyampe disini ya kita temenannya? Pokoknya kapan-kapan kita mesti reuni dan kita bakal gila-gilaan, n ketemu pada saat yang paling gak pernah kita bayangin, yaitu "PARADISE"

- ❖ To mas kamto sekeluarga makasih mas udah mo nganterin aku pijit, kalo ga ada mas kamto paling belum sembuh nie kaki, sukses to bisnisnya yam mas..
- ❖ To pak Kfoi (pak said) n istri terimakasih atas rahasia2 malam diborjo tercinta..
- ❖ To anak-anak kost Imron, Andi (Jembrong) Papem, Viddy, Ridho, Yudhi jangan ngegame teruss.. inget skripsi??
- ❖ To anak-anak Team Bola "KFC" Simbah (miming) Dhobol (Kun) Omen (Kris) Bewok, Yono, Adi, DayaT, Nanto, Arga, Mbos (Pram) Pak Mbol, KonsLet (Uzy) besok jangan berantem lagi ya kalo maen bola... damai aja de??

Handwritten text, likely bleed-through from the reverse side of the page. The text is dense and appears to be a list or a series of entries, though the individual words are difficult to decipher due to the quality of the scan and the cursive nature of the handwriting.

Handwritten text, likely bleed-through from the reverse side of the page. This section contains several lines of text, some of which are marked with small symbols or numbers on the right side, possibly indicating a list or a specific set of instructions.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kenikmatan secara *material* maupun *immaterial* sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kedua sholawat serta salam semoga sampai pada Nabi Besar Muhammad SAW. Beliaulah sebagai nabi akhiruzzaman yang telah mereformasi kehidupan dari era jahiliyyah (bodoh) ke era yang mengenal tata kehidupan ini.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dengan judul skripsi ini adalah **CONSUMER DECISION MODEL PENDEKATAN ALTERNATIF ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN: STUDI EMPIRIS IKLAN DI TELEVISI TENTANG SHAMPO PANTENE, SUNSILK DAN CLEAR.**

Selanjutnya terima kasih kami ucapkan kepada :

1. Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Lela Hindasah, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik
3. Sutrisno Wibowo, SE, MM selaku Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan fikiran dalam membimbing dan mengarahkan penulis.

Penulis sadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, penulis minta kritikan yang membangun, sehingga skripsi ini mendekati kesempurnaan.

Akhirnya semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, khususnya dan masyarakat bagi umumnya. Amin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
1. Pengertian Pemasaran	8
2. Konsep Pemasaran	8
3. Promosi.....	10
4. Pengertian Periklanan	12

5. Rumusan AICDA	20
6. Efektifitas Iklan	22
7. Kepercayaan Konsumen.....	25
B. Hipotesis	26
C. Model Penelitian	27
BAB III METODA PENELITIAN	30
A. Subyek dan Obyek Penelitian.....	30
B. Jenis Data.....	30
C. Teknik Pengambilan Sampel	30
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
E. Uji Instrumen Penelitian	33
F. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Deskripsi Responden.....	39
1. Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin	39
2. Karakteristik Responden menurut Usia.....	40
3. Karakteristik Responden menurut Pendapatan.....	41
B. Deskripsi Variabel.....	42
1. Variabel Pesan Iklan	42
2. Variabel Pengenalan Merek.....	43
3. Variabel Sikap Konsumen	43
4. Variabel Kepercayaan Konsumen	44
5. Variabel Niat Beli	44

C. Analisis Kuantitatif	45
1. Pengaruh antara variabel pesan iklan terhadap pengenalan merek.....	45
2. Pengaruh antara variabel pesan iklan terhadap kepercayaan konsumen	46
3. Pengaruh antara variabel pesan iklan terhadap sikap Konsumen.....	46
4. Pengaruh antara variabel pengenalan merek terhadap kepercayaan konsumen	47
5. Pengaruh antara variabel pengenalan merek terhadap sikap konsumen	47
6. Pengaruh antara variabel kepercayaan konsumen terhadap niat beli.....	48
7. Pengaruh antara variabel sikap konsumen terhadap niat beli	48
8. Pengaruh antara variabel pesan iklan terhadap niat beli, melalui variabel pengenalan merek sebagai variabel antara	49
9. Pengaruh antara variabel pesan iklan terhadap niat beli, melalui variabel sikap konsumen sebagai variabel antara	50
10. Pengaruh antara variabel pesan iklan terhadap kepercayaan konsumen, melalui variabel pengenalan merek sebagai variabel antara	52
11. Pengaruh antara variabel pesan iklan terhadap sikap konsumen melalui variabel pengenalan merek sebagai variabel antara	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden	35
Tabel 4.1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	41
Tabel 4.4. Jawaban Pesan Iklan.....	42
Tabel 4.5. Jawaban Pengenalan Merek	43
Tabel 4.6. Jawaban Sikap Konsumen.....	43
Tabel 4.7. Jawaban Kepercayaan Konsumen	44
Tabel 4.8. Jawaban Niat Beli.....	44
Tabel 4.9. Model Diagram Path.....	49
Tabel 4.10. Model Diagram Path	51
Tabel 4.11. Model Diagram Path	53
Tabel 4.12. Model Diagram Path	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Model Diagram Path.....	50
Gambar 4.2 Model Diagram Path.....	52
Gambar 4.3 Model Diagram Path.....	53
Gambar 4.4 Model Diagram Path.....	55