

**RESPON KONSUMEN LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN
TERHADAP BINTANG IKLAN PEREMPUAN
PADA IKLAN MIE SEDAP**

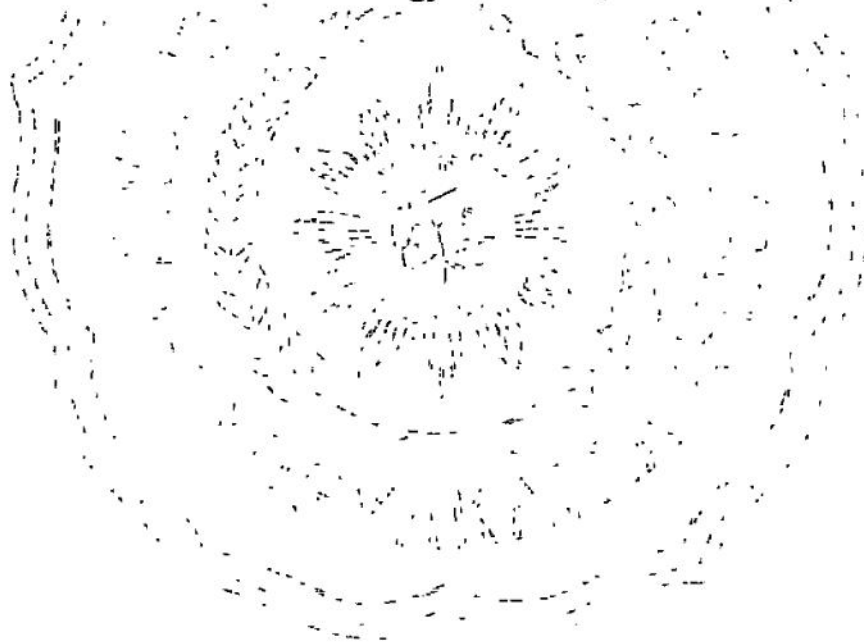
(Survey pada Masyarakat Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta



Disusun Oleh

BUDI GUNAWAN

20000410241

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI
RESPON KONSUMEN LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN
TERHADAP BINTANG IKLAN PEREMPUAN
PADA IKLAN MIE SEDAP
(Survey pada Masyarakat Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman)

Diajukan oleh

BUDI GUNAWAN

20000410241

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Tanggal : 27 Juli 2007

Dosen Pembimbing



Hi. Munijati Munawaroh SE M Si


SKRIPSI
RESPON KONSUMEN LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN
TERHADAP BINTANG IKLAN PEREMPUAN
PADA IKLAN MIE SEDAP

Diajukan oleh

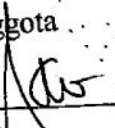
BUDI GUNAWAN
20000410241

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal: 24 Juli 2007
Yang terdiri dari

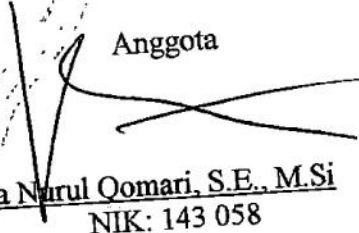
Ketua


Indah Fatmawati, S.E., M.Si.
NIK: 143 029

Anggota

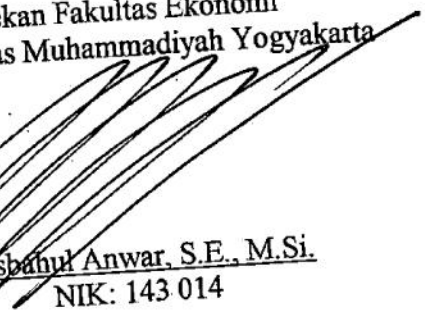

Istofaina Astuti, S.E., M.Si.
NIK: 143 041

Anggota


Ika Nurul Qomari, S.E., M.Si.
NIK: 143 058

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta




Mubandul 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, sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya dan atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- Barang siapa yang keluar dengan tujuan menuntut ilmu maka ia itu berada di jalan Allah sehingga ia kembali (H.R. Tirmidzi)
- Hidup adalah perjuangan yang harus kita jalani tanpa henti-henti (Dewa)
- Berbanggalah pada apa yang kamu miliki dengan hasil kerja kita sendiri

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Respon Konsumen Laki-Laki Dan Perempuan Terhadap Bintang Iklan Perempuan Pada Iklan Mie Sedap”**.

Penulisan skripsi ini dimaksud untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana strata satu Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Selesainya skripsi ini adalah berkat bimbingan, bantuan dan dorongan yang telah diberikan oleh berbagai pihak kepada penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Hj. Munjiati Munawaroh S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan serta memberi nasihat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
3. Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan doa semangat dukungan serta materi yang tidak terhitung kepada saya. Sehingga dapat menyelesaikan studi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
4. Buat saudaraku mas Heri, Heru, temenku atas doa dan semangatnya
5. Teman-teman Kampus Nugroho, Heri, Irfan, Munir, Hendi dan semua yang kenal aku
6. Komunitas Bhe-Ghe Cell di Base Camp-ku Sales-ku, Lehor, Kadit, Lempeng, Murdok, Bedor, Cenil, Paimin serta relasiku QQ Cell, Dom Cell, Gancaan Cell, Jarjos Cell, Godean Cell, Putri Cell, Frennd Cell, Yanto Cell, LDI, Thank you to all friends my LIES2, Inf. Center yang selalu

7. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih atas segala bantuannya.

Semoga segala kebaikan amal dan jasa yang telah diberikan mendapat imbalan dan limpahan pahala dari Allah SWT, Amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 2007

Budi Gunawan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Batasan Masalah Penelitian	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
1. Dibidang Teoritis	5
2. Dibidang Praktis	6

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	7
	A. Landasan Teori	7
	1. Pengertian Pemasaran	7
	2. Konsep Pemasaran	9
	3. Sistem dan Lingkungan Pemasaran	11
	4. Strategi Pemasaran	14
	5. Promosi	15
	a. Pengertian Promosi	15
	b. Bauran Promosi	16
	6. Pengertian Periklanan dan Komunikasi	20
	7. Bintang Iklan	21
	8. Bintang dalam Penyampaian Pesan	23
	9. Jenis Produk	24
	10. Sasaran Periklanan	25
	11. Respon Konsumen Terhadap Bintang Iklan	26
	12. Variabel-Variabel Pengukur Respon Konsumen	27
	B. Penelitian Terdahulu	31
	C. Hipotesis Penelitian	32
BAB III	METODA PENELITIAN	36
	A. Obyek/Subyek Penelitian	36
	1. Obyek Penelitian	36
	2. Subyek Penelitian	36
	B. Teknik Pengambilan Sampel	36

	C. Jenis Data	37
	D. Teknik Pengumpulan Data	38
	E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	
	Penelitian.....	38
	1. Definisi Operasional Variabel Penelitian	38
	2. Pengukuran Variabel Penelitian	42
	F. Uji Kualitas Instrumen	42
	1. Pengujian Validitas	42
	2. Pengujian Reliabilitas	43
	G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	44
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Responden	46
	B. Uji Kualitas Instrumen	50
	1. Uji Validitas	50
	2. Uji Reliabilitas	53
	C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	54
	D. Pembahasan (Interpretasi)	60
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
	A. Simpulan	64
	B. Saran	65

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Table 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	48
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Televisi	49
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Kesenangan Melihat Penampilan Titi Kamal dalam Iklan Mie Sedap	49
Table 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Perhatian	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman	51
Table 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kesukaan	52
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Sikap terhadap Merek	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Membeli	53
Table 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	54
Table 4.14	Hasil Pengujian Variabel Respon Konsumen	55
Table 4.15	Hasil Pengujian Variabel Perhatian	55
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Variabel Pemahaman	56
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Variabel Kepercayaan	57
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Variabel Kesukaan	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Pertanyaan
- Lampiran 2 Profil Responden
- Lampiran 3 Data Variabel Perhatian
- Lampiran 4 Data Variabel Pemahaman
- Lampiran 5 Data Variabel Kepercayaan
- Lampiran 6 Data Variabel Kesukaan
- Lampiran 7 Data Variabel Sikap terhadap Merek
- Lampiran 8 Data Variabel Minat Membeli
- Lampiran 9 Data Respon Konsumen terhadap Bintang Iklan
Perempuan
- Lampiran 10 Analisis Deskripsi (Karakteristik Responden)
- Lampiran 11 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perhatian
- Lampiran 12 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pemahaman
- Lampiran 13 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepercayaan
- Lampiran 14 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kesukaan
- Lampiran 15 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Sikap terhadap
Merek
- Lampiran 16 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Minat Membeli
- Lampiran 17 Uji Hipotesis Variabel Respon Konsumen
- Lampiran 18 Uji Hipotesis Variabel Perhatian
- Lampiran 19 Uji Hipotesis Variabel Pemahaman

Lampiran 20 Uji Hipotesis Variabel Kepercayaan

Lampiran 21 Uji Hipotesis Variabel Kesukaan

Lampiran 22 Uji Hipotesis Variabel Sikap

Lampiran 23 Uji Hipotesis Variabel Minat