

**PENGARUH IKLAN TESTIMONI PRODUK OLI TOP-1 TERHADAP  
PERILAKU MEMBELI PRODUK**

**(Studi Korelasi Antara Terpaan Iklan Testimoni Di Televisi Swasta Dan Tingkat  
Interaksi Sosial Terhadap Perilaku Membeli Produk Di Kelurahan Semaki  
Yogyakarta)**



Disusun Oleh :  
**Agung Sigit Setiadi**  
**20020530089**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2007**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Sidang Dewan Penguji**

**Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Tanggal 10 Januari 2007**

**yang terdiri dari:**

**Ketua Tim Penguji**



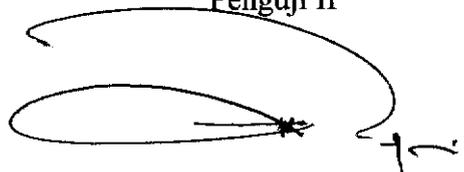
**Suciati, S.Sos, M.Si**

**Penguji I**



**Sovia Sitta Sari, S.Sos, M.Si**

**Penguji II**



**Krisna Mulawarman, S.Sos**

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah Robbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH IKLAN TESTIMONI PRODUK OLI TOP-1 TERHADAP PERILAKU MEMBELI PRODUK (Studi Korelasi Antara Terpaan Iklan Testimoni Di Televisi Swasta Dan Tingkat Interaksi Sosial Terhadap Perilaku Membeli Produk Di Kelurahan Semaki Yogyakarta)”**

Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Politik Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Tak bisa dipungkiri bahwa terselesaikannya karya ini juga berkat bantuan dari berbagai pihak baik yang berupa dukungan, dorongan, perhatian, doa serta bantuan lainnya baik yang sifatnya teknis maupun nonteknis. Teriring kerendahan hati dan rasa syukur yang mendalam penulis ingin menghaturkan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan aku kekuatan untuk terus berusaha dan berjuang demi meraih kesuksesan dan terwujudnya kebahagiaan ini.

2. Ibu Suciati, S.Sos., M.Si, selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta petunjuk selama proses penelitian skripsi ini.
3. Ibu Sovia Sitta Sari, S.Sos, M.Si. “Terima kasih selalu membimbing dengan sabar, untuk saran dan kritiknya yang sangat membantu hingga terselesaikannya skripsi ini, serta terima kasih untuk motivasinya.....”.
4. Dosen Penguji Skripsi, mas Krisna Mulawarman, S.Sos. “Terima kasih atas masukannya dan kemudahan yang diberikan dalam ujian maupun penyelesaian skripsi ini”.
5. Kedua orang tuaku, bapak dan ibu yang selalu siap memberikan kasih sayang, perhatian yang penuh, pengertian dan doa yang tulus kepadaku..... terima kasih atas semua yang telah diberikan, doakan putramu ini menjadi pribadi yang berguna..... bisa sukses menjemput masa depan..... dan yang terpenting selalu dalam lindungan-Nya.....
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga amal kebaikan dan segala bimbingan serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT, Amin.

Harapan penulis semoga penelitian terhadap permasalahan yang diangkat oleh penulis dapat bermanfaat bagi masyarakat luas, baik itu bagi peneliti sendiri, pihak lain yang mengadakan penelitian serupa. Namun disisi lain penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk

itu, kritik dan saran dari pembaca semua sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penyusunan skripsi. Tanpa mengurangi rasa terima kasih pada pihak-pihak yang membantu terlaksananya penelitian, diantara kekurangan dan kelebihan karya ini, akhirnya hanya kepada Allah SWT jualah semua urusan ini penulis kembalikan, sebagai bentuk pengabdian dari seorang umat kepada-Nya. Amien. .

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

**Yogyakarta, Januari 2007**

Agug Sigit Setiadi

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
ABSTRAKSI.....	xvii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Pemikiran/Teori.....	6
F. Hipotesis.....	21
G. Definisi Konseptual Dan Operasional.....	21

H. Metode Penelitian.....	23
I. Analisa Data.....	28
BAB II : TINJAUAN UMUM	
A. Iklan.....	31
B. Gambaran Umum Oli Top-1.....	37
C. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	38
BAB III : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Penelitian.....	44
B. Uji Validitas Data.....	45
C. Uji Reliabilitas.....	48
D. Karakteristik Responden.....	49
E. Analisa Data Dan Pembahasan.....	50
BAB IV : KESIMPULAN	
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran Penelitian.....	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Jumlah Penduduk Menurut Umur .....	40
2.2 Jumlah Sarana Pendidikan Umum .....	40
3.1 Hasil Uji Validitas Korelasi <i>Product Momen Pearson</i> Terpaan Iklan.....	46
3.2 Hasil Uji Validitas Korelasi <i>Product Momen Pearson</i> Interaksi Sosial .....	47
3.3 Hasil Uji Validitas Korelasi <i>Product Momen Pearson</i> Perilaku Membeli.....	48
3.4 Uji Reliabilitas Terpaan Iklan, Interaksi Sosial, Dan Perilaku Membeli.....	49
3.5 Tingkat Usia Responden.....	50
3.6 Tingkat Keseringan Responden Melihat Iklan Televisi.....	51
3.7 Tingkat Keseringan Responden Melihat Iklan Oli Top-1.....	52
3.8 Tingkat Keseringan Responden Melihat Iklan Top-1 Dari Awal Sampai Akhir.....	53
3.9 Tingkat Ketertarikan Iklan model Testimoni Dalam Oli Top1.....	55
3.10 Tingkat Keyakinan Responden Dengan Isi Kesaksian Mengenai Kelebihan Oli Top-1.....	56

3.11 Tingkat Keyakinan Responden Tentang Segi Positif	
Iklan Testimoni .....	57
3.12 Keikutsertaan Responden Dalam Klub Mobil Atau Motor .....	58
3.13 Manfaat Yang Didapat Dari Keikutsertaan Klub	
Mobil Atau Motor .....	59
3.14 Diskusi Dengan Teman Mengenai Oli Yang Paling Bagus .....	60
3.15 Memakai Oli Top-1 Karena ingin Membuktikan	
Kelebihan Produk .....	61
3.16 Memakai Oli Top-1 Karena Ingin Seperti teman	
Atau Bintang Iklan Yang Ada Di Televisi .....	62
3.17 Membeli Oli Top-1 Karena Iklan Di Televisi .....	63
3.18 Membeli Oli Top-1 Karena Oli Sintesis .....	64
3.19 Membeli Oli Top-1 Karena Aman Untuk Kendaraan .....	65
3.20 Membeli Oli Top-1 Karena Melindungi Mesin	
Dengan Sempurna .....	66
3.21 Akan Terus Memakai Oli Top-1 .....	67
3.22 Korelasi Antara Variabel Terpaan Iklan Testimoni ( $X_1$ )	
Dengan Variabel Perilaku Membeli (Y) .....	68
3.23 Korelasi Antara Variabel Interaksi Sosial ( $X_2$ )	
Dengan Variabel Perilaku Membeli (Y) .....	69
3.24 Korelasi Antara Terpaan Iklan Testimoni ( $X_1$ )	
Dengan Variabel Interaksi Sosial ( $X_2$ ) .....	70

3.25 Tabel Koefisien .....	72
3.26 Tabel Annova .....	73
3.27 Tabel Model Summary .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Gambar Tahapan Proses Pembelian.....	18
2. Gambar Variabel Hubungan Multivariat.....	20

## ABSTRAKSI

Kehidupan manusia tidak terlepas dari iklan. Semakin bagus iklan dengan pemilihan media yang tepat untuk menampilkan iklan tersebut, akan semakin besar pula pengaruhnya untuk menarik minat khalayak untuk membeli barang atau jasa yang diiklankannya. Televisi merupakan salah satu media yang paling tepat untuk menampilkan sebuah iklan, dengan adanya kemampuan audio visualnya akan semakin meningkatkan daya tarik iklan tersebut. Diantara sekian banyak gaya dalam beriklan, iklan testimoni (kesaksian) dianggap memiliki kelebihan tersendiri berkat adanya sejumlah kelebihan yang ditawarkan. Iklan Oli Top-1 merupakan sebuah iklan testimoni yang menarik, di mana iklan tersebut ditujukan untuk membuktikan kepada konsumen bahwa produk tersebut memiliki keunggulan atau khasiat sesuai pengalaman si pemakai. Kelurahan Semaki dipilih karena di kelurahan ini terdapat Stadion Mandala Krida di mana Top-1 sering menjadi sponsor even otomotif yang diadakan di Stadion ini. Berdasarkan ilustrasi tersebut maka peneliti merasa bahwa pengaruh antara terpaan iklan testimoni di televisi swasta dan interaksi sosial terhadap perilaku membeli produk Oli Top-1 di Kelurahan Semaki akan menarik apabila di kaji menjadi sebuah penelitian eksplanatori research dengan metode survey.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan iklan testimoni Oli Top-1 dan interaksi sosial terhadap perilaku membeli produk di Kelurahan Semaki Yogyakarta. Penelitian ini dikategorikan dalam eksplanatori research yang berusaha menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui hubungan hipotesis dan merupakan penelitian dengan metode survey yaitu mengambil sampel sejumlah 100 orang yang berusia 17-50 tahun dari populasi warga Kelurahan Semaki sebesar 4213 jiwa. Untuk membuktikan hipotesa dalam penelitian ini digunakan alat analisa data yaitu berupa korelasi dan regresi. Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidak hubungan antar variabel, sedangkan analisa regresi dipakai untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antar variabel.

Dari hasil penelitian ini nanti, kita akan melihat adanya pengaruh yang signifikan antara terpaan iklan testimoni Produk Oli Top-1 dan interaksi sosial terhadap perilaku membeli produk di Kelurahan Semaki Yogyakarta.