

SKRIPSI

YENNY TRISIAWAN

**PENGARUH KREDIBILITAS DAN DAYA TARIK BINTANG IKLAN
JAMU TOLAK ANGIN CAIR+MADU SIDO MUNCUL TERHADAP
BRAND ATTITUDE PEMIRSA TV DI SURABAYA**



No. BUK	0742/05
TGL TERBIT	2 Nov 2009
P. I	PE-12
No. BUKU	PE-12 101 PK-1
P. KE	1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2004

**PENGARUH KREDIBILITAS DAN DAYA TARIK BINTANG IKLAN
JAMU TOLAK ANGIN CAIR + MADU SIDO MUNCUL TERHADAP
BRAND ATTITUDE PEMIRSA TV DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Ini diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**

OLEH:

YENNY TRISIAWAN

3103000045

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

JULI 2004

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KREDIBILITAS DAN DAYA TARIK BINTANG IKLAN JAMU

TOLAK ANGIN CAIR -- MADU SIDO MUNCUL TERHADAP BRAND

ATTITUDE PEMIRSA TV DI SURABAYA

OLEH:

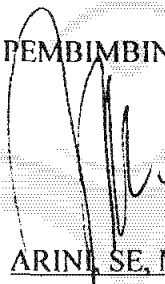
YENNY TRISIAWAN

3103000045

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA UNTUK DIAJUKAN KE TIM

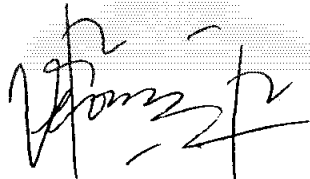
PENGUJI

PEMBIMBING I:



ARINI SE, MM

PEMBIMBING II:



VERONIKA RAHMAWATI, SE

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Yenny Trisiawan NRP 3103000045

Telah diuji pada tanggal 21 JULI 2004. Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:

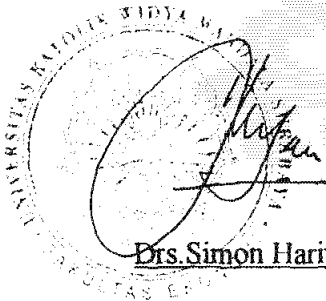


Drs.Ec.Herman Budisasono,MM

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs.Simon Hariyanto,Ak



Drs.Ec.N.Agus Sunarjanto,MM

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat yang telah dilimpahkan kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Adapun maksud penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang tak terhingga atas bantuan, bimbingan, pengarahan, dan dorongan semangat guna menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih peneliti disampaikan kepada:

1. Bapak Drs.Simon Hariyanto, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs.Ec.C..Martono, Msi, selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs.Ec.N.Agus Sunarjanto, MM, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Arini, SE, MM, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan dan memberikan saran-saran yang berharga selama penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Ibu Veronika Rahmawati, SE, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan dan memberikan masukan-masukan yang berarti dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.

6. Kedua orang tua dan keluarga yang telah banyak membantu dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.
7. Semua teman peneliti Febri, Kumala, Aniek, Elly, Lani, Gebby dan rekan-rekan lain yang telah banyak memberikan bantuan dan pertolongan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Petugas perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan arahan dan nasehat.
9. Petugas perpustakaan Universitas Surabaya yang banyak memberikan bantuan dan petunjuk.

Besar harapan peneliti, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan kasih karunia serta rahmat-Nya atas segala kebaikan dari pihak-pihak yang telah memberikan bantuan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini. Akhir kata dengan rendah hati penulis berharap pula skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Juni 2004

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAKSI.....	x
BAB 1: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Skripsi.....	8
BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	11
2.1. Penelitian terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Kredibilitas Bintang Iklan.....	13
2.2.2. Daya Tarik Bintang Iklan.....	19
2.2.3. <i>Brand Attitude</i>	21
2.2.4. Pengaruh Kredibilitas dan Daya Tarik Bintang Iklan terhadap <i>Brand Attitude</i>	25
2.3. Hipotesis.....	27

2.4. Model Analisis.....	29
BAB 3: METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Desain Penelitian.....	30
3.2. Identifikasi Variabel.....	30
3.3. Definisi Operasional.....	31
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4.1. Jenis Data.....	33
3.4.2. Sumber Data.....	34
3.5. Pengukuran Variabel.....	35
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	36
3.6.1. Alat.....	36
3.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.7.1. Metode Populasi.....	36
3.7.2. Sampel.....	37
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	38
3.8. Teknik Analisis Data.....	38
3.8.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	38
3.8.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.8.3. Koefisien Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	41
3.8.4. Koefisien Korelasi Parsial (r) dan Koefisien Determinasi Parsial (r^2).....	42

3.9. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	43
3.9.1. Uji Hipotesis secara Simultan (uji F).....	43
3.9.2. Uji Hipotesis secara Dominan (uji t).....	44
BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Deskripsi Data.....	45
4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Item-item	
Pertanyaan kuesioner.....	45
4.1.2. Tanggapan Responden.....	50
4.2. Analisis Data.....	52
4.2.1. Analisis Koefisien Regresi Linier Berganda.....	52
4.2.2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	54
4.2.3. Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	54
4.2.4. Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi Parsial.....	54
4.2.5. Pengujian Hipotesis.....	56
4.3. Pembahasan.....	59
BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1. Simpulan.....	62
5.2. Saran.....	63
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1.1. Hasil Tanggapan Pemirsa Televisi di Surabaya Terhadap Iklan Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul.....	5
1.2. Hasil Tanggapan Pemirsa Televisi di Surabaya Terhadap <i>Brand Attitude</i> Jamu Tolak Angin Cair + Madu Sido Muncul.....	6
4.1. Nilai Korelasi Item-item X1 (Kredibilitas Bintang Iklan) Untuk Uji Validitas.....	43
4.2. Nilai Korelasi Item-item X1 Setelah Item yang Tidak Valid Dikeluarkan.....	44
4.3. Nilai Korelasi Item-item X2 (Daya Tarik Bintang Iklan) Untuk Uji Validitas.....	45
4.4. Nilai Korelasi Item-item X2 Setelah Item yang Tidak Valid Dikeluarkan.....	45
4.5. Nilai Korelasi Item-item Variabel Y (<i>Brand Attitude</i>) Untuk Uji Validitas.....	46
4.6. Karakteristik Responden Penelitian (N = 100).....	47
4.7. Tanggapan Rata-rata Responden (N = 100) terhadap Item-item Kuesioner.....	48
4.8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	49

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
4.1. Kurva Hasil Uji F.....	57
4.2. Kurva Hasil Uji t.....	58

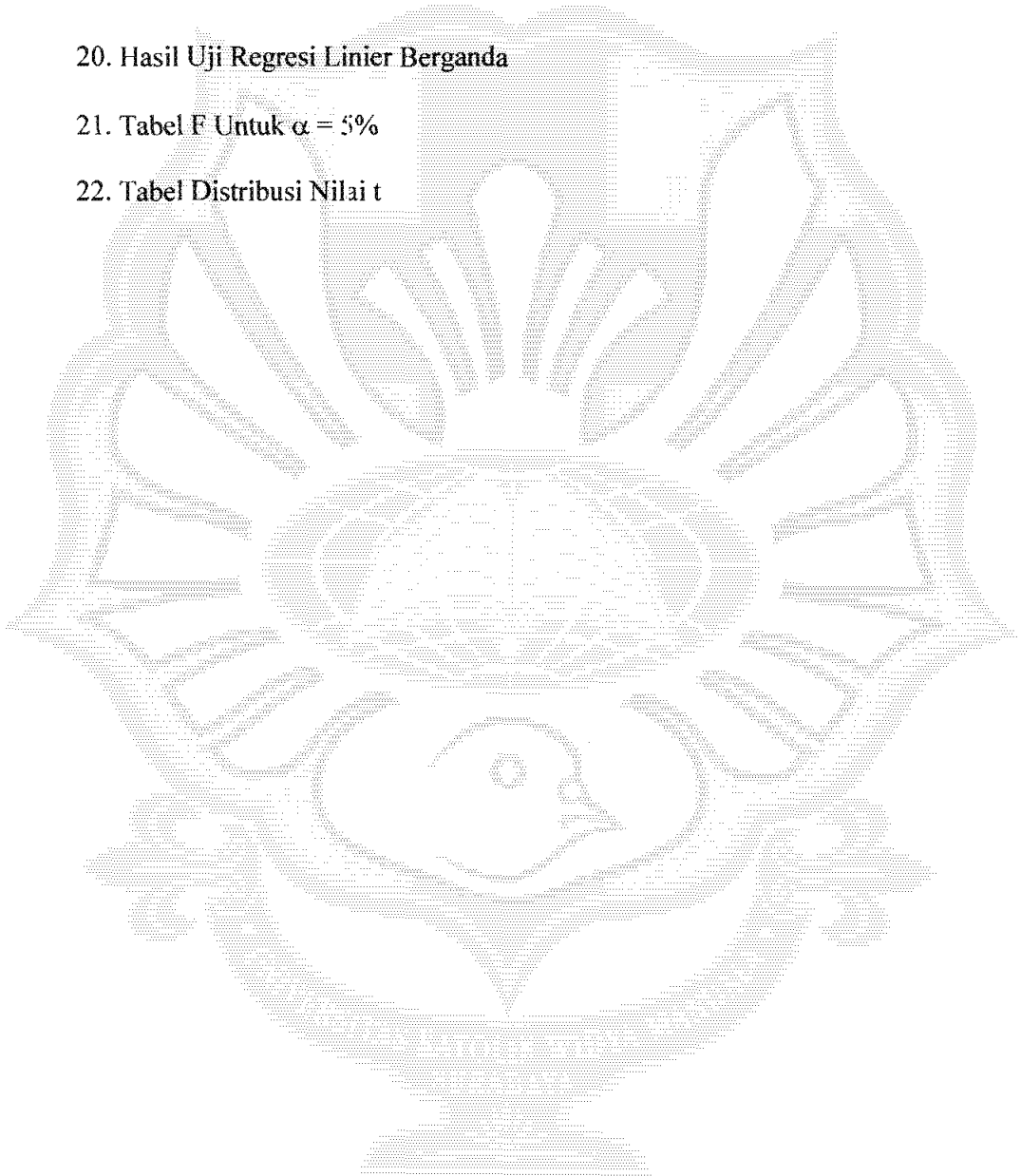


DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian Awal (N = 30)
2. Tabel r Product Moment
3. Tanggapan Responden (N = 30) Terhadap Item-item Pertanyaan Variabel X1
4. Nilai Korelasi Item-item Pertanyaan Variabel X1 (Kredibilitas Bintang Iklan) Untuk Uji Validitas Instrumen
5. Total Tanggapan Responden (N = 30) Terhadap Item-item Pertanyaan Variabel X1 Setelah Item yang Tidak Valid Dikeluarkan
6. Nilai Korelasi Item-Item Pertanyaan Variabel X1 (Kredibilitas Bintang Iklan) Setelah Item yang Tidak Valid Dikeluarkan
7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Kredibilitas Bintang Iklan)
8. Tanggapan Responden (N = 30) Terhadap Item-item Pertanyaan Variabel X2
9. Nilai Korelasi Item-item Pertanyaan Variabel X2 (Daya Tarik Bintang Iklan) Untuk Uji Validitas Instrumen
10. Total Tanggapan Responden (N = 30) Terhadap Item-item Pertanyaan Variabel X2 Setelah Item yang Tidak Valid Dikeluarkan
11. Nilai Korelasi Item-item Pertanyaan Variabel X2 (Daya Tarik Bintang Iklan) Setelah Item yang Tidak Valid Dikeluarkan
12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 (Daya Tarik Bintang Iklan)
13. Tanggapan Responden (N = 30) Terhadap Item-item Pertanyaan Variabel Y
14. Nilai Korelasi Item-item Pertanyaan Variabel Y (*Brand Attitude*) Untuk Uji Validitas Instrumen
15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (*Brand Attitude*)
16. Kuesioner Final

17. Tanggapan Responden (N = 100) Terhadap Item-item Pertanyaan Variabel X1
18. Tanggapan Responden (N = 100) Terhadap Item-item Variabel X2
19. Tanggapan Responden (N = 100) Terhadap Item-item Pertanyaan Variabel Y
20. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
21. Tabel F Untuk $\alpha = 5\%$
22. Tabel Distribusi Nilai t



ABSTRAKSI

Banyak hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menopang penjualan yang dilakukan. Perusahaan harus bersikap peka terhadap lingkungan, khususnya lingkungan pemasaran sehingga kehadiran produk perusahaan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Banyak cara yang dapat dipakai untuk memperkenalkan produk ke pasar, salah satunya yaitu melalui periklanan. Iklan yang paling efektif adalah melalui televisi. Untuk mampu memunculkan respon positif terhadap produk perusahaan, maka perusahaan harus mampu meyakinkan konsumen bahwa produk perusahaan merupakan produk yang paling baik diantara produk lain di pasaran. Faktor bintang iklan merupakan faktor yang penting diantara banyak faktor pendukung periklanan yang baik. Maka dari itu, hal ini perlu mendapat perhatian khusus bagi para perusahaan yang ingin produknya dinilai positif dan memiliki asosiasi merek yang kuat dibenak konsumen sasaraannya.

Desain dalam penelitian ini adalah penelitian hipotesis dengan melibatkan data primer dan data sekunder, teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier berganda yaitu suatu uji statistik yang diarahkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas dan daya tarik seorang bintang iklan terhadap *brand attitude* pemirsa televisinya. Dan untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel tersebut digunakan uji koefisien korelasi dan determinasi berganda maupun parsial.

Hasil Penelitian yang dilakukan melahirkan beberapa simpulan yaitu nilai F hitung (168,743) > F tabel (3,090), berdasarkan hasil uji F tersebut berarti variabel X1 (kredibilitas bintang iklan) dan X2 (daya tarik bintang iklan) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Y (*brand attitude*). Untuk itu hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kredibilitas dan daya tarik bintang iklan berpengaruh signifikan terhadap *brand attitude* pemirsa televisi di Surabaya pada perusahaan Jamu Tolak Angin Sido Muncul terbukti kebenarannya. Selain itu nilai koefisien determinasi parsial (r^2) variabel X1 adalah 0,239. Sedangkan nilai koefisien determinasi parsial X2 adalah 0,529, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik bintang iklan berpengaruh dominan terhadap *brand attitude*. Dengan demikian hipotesis kedua juga dapat dibuktikan.