

SKRIPSI

YULIANA CHANDRA

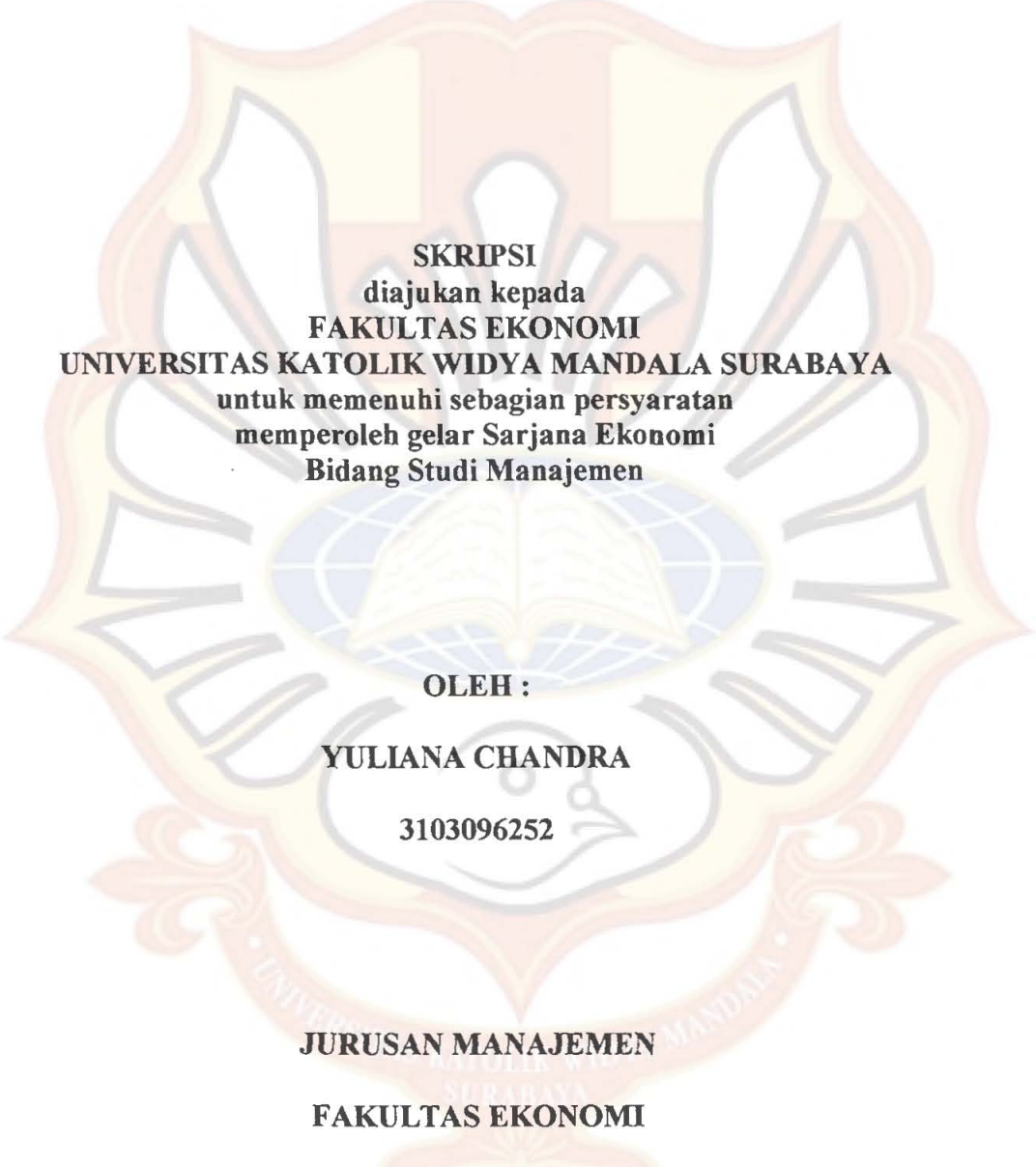
**PENGARUH TAYANGAN IKLAN MELALUI MEDIA TELEVISI
TERHADAP SIKAP MAHASISWI PTS ATAS PRODUK
SUNSILK EXTRA MILD DI SURABAYA**



No. BUDUK	3149/01
TGL TERIMA	14-03-01
BEI	
HADI-H	
No. BUKU	FE-m Cha pi-1
KOPi KE	1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2000**

**PENGARUH TAYANGAN IKLAN MELALUI MEDIA TELEVISI
TERHADAP SIKAP MAHASISWI PTS ATAS PRODUK
SUNSILK EXTRA MILD DI SURABAYA**



**SKRIPSI
diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen**

OLEH :

YULIANA CHANDRA

3103096252

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2000

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Pengaruh Tayangan Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Sikap Mahasiswi PTS Atas Produk SunSilk Extra Mild Di Surabaya yang ditulis oleh Yuliana Chandra telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim penguji.



Pembimbing I : Drs. Ec. Trisno Musanto



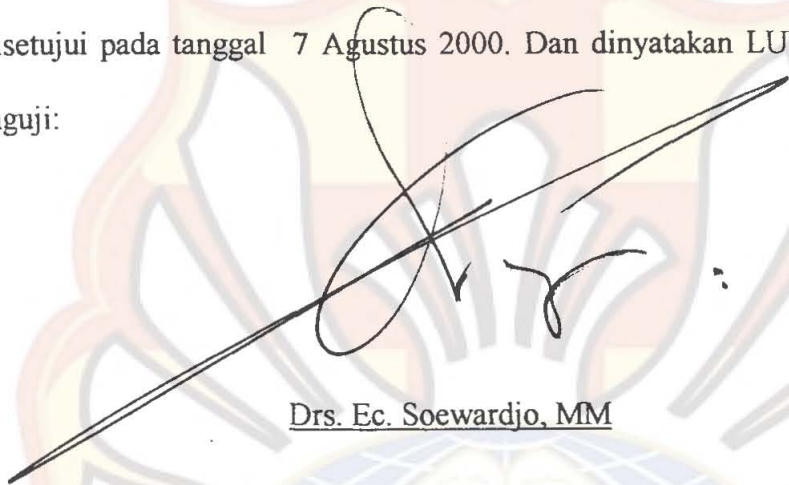
Pembimbing II : Drs. Ec. Hermeindito, MM

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Yuliana Chandra NRP : 3103096252

Telah disetujui pada tanggal 7 Agustus 2000. Dan dinyatakan LULUS oleh Ketua

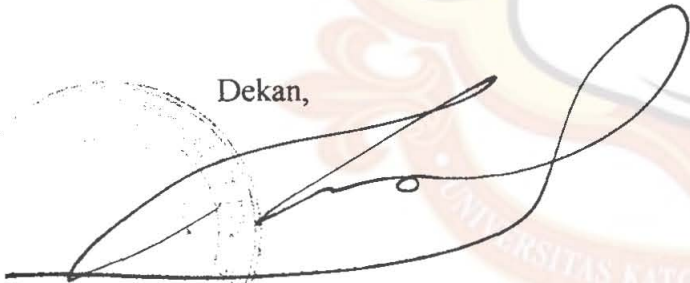
Tim Penguji:



Drs. Ec. Soewardjo, MM

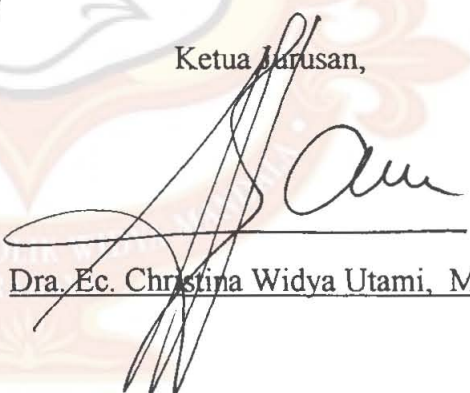
Mengetahui:

Dekan,



Drs. Ec. Rido Tanago, MBA

Ketua Jurusan,



Dra. Ec. Christina Widya Utami, MM

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerah-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktu yang telah ditentukan. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai persyaratan yang harus ditempuh dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Atas segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis, baik secara materiil maupun moril dari berbagai pihak yang sangat besar artinya dalam penyelesaian skripsi ini maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. Ec. Trisno Musanto selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk serta pengarahan yang diperlukan selama penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ec. Hermeindito, MM selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, petunjuk serta pengarahan yang diperlukan selama penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Ec. Rido Tanago, MBA selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberi ijin dan referensi untuk mendukung penyusunan skripsi ini.

4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan dasar-dasar pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan.
5. Bapak Willy Saelan, SIP. MBA selaku *Employee Relation Manager* PT Unilever Indonesia, Tbk. Surabaya yang telah memberikan data yang diperlukan oleh penulis.
6. Bapak Joseph Sami Jananto selaku *Recruitment, Selection and Training Supervisor* PT Unilever Indonesia, Tbk. Surabaya yang telah membantu dan memberikan data yang diperlukan oleh penulis.
7. Papa, mama serta adik-adikku yang telah memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Suandi, Ribka, Lina dan Novita serta pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

Semoga segala bantuan dan dorongan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dan anugerah dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis pun menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan dan menghargai setiap saran dan kritik yang membangun terhadap kekurangan-kekurangan yang terdapat dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 27 Juli 2000

Penulis

ABSTRAKSI

Semakin banyak iklan shampoo yang ditayangkan melalui televisi menjadikan pemirsa televisi mempunyai banyak informasi dalam pengambilan keputusan pembelian suatu merek shampoo. SunSilk Extra Mild adalah salah satu merek shampoo yang di produksi oleh PT Unilever Indonesia, Tbk. Surabaya sedang gencar mengiklankan produknya di televisi. Kemampuan iklan untuk menciptakan sikap yang menyokong suatu produk sering bergantung pada sikap pemirsa TV terhadap iklan yang ditayangkan. Iklan yang disukai dapat menghasilkan sikap yang lebih positif terhadap produk yang diiklankan sedangkan yang tidak disukai dapat menghasilkan sikap yang negatif terhadap produk yang bersangkutan. Berdasarkan latar belakang tersebut dilakukan penelitian mengenai pengaruh tayangan iklan SunSilk Extra Mild melalui media televisi terhadap sikap mahasiswi PTS atas produk SunSilk Extra Mild di Surabaya.

Jenis desain penelitian yang digunakan adalah desain kausal. Ada dua data yang digunakan yaitu: data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder yang berasal dari dokumentasi perusahaan. Analisis statistik yang digunakan adalah mean dan standar deviasi, analisis korelasi dan determinasi secara simultan dan partial, analisis regresi linier berganda, sedangkan pengujian hipotesis digunakan uji F dan uji t.

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan: $Y = 0,5691 + 0,0892(X_1) + 0,1422(X_2) + 0,0899(X_3) + 0,2873(X_4) + 0,1873(X_5) + 0,1193(X_6)$. Hasil uji F terbukti bahwa secara simultan variabel-variabel iklan (*voice, words, music, pictures, colour, dan movement*) berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswi atas produk shampoo SunSilk Extra Mild, karena $F_{hitung} > F_{tabel}$. Hubungan variabel-variabel iklan dengan sikap mahasiswi atas produk secara simultan adalah positif dan kuat. Hasil pengujian dengan menggunakan uji t terbukti bahwa secara parsial *voice* (X_1), *words* (X_2), *music* (X_3), *pictures* (X_4), *colour* (X_5), dan *movement* (X_6) berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswi atas produk shampoo SunSilk Extra Mild karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dari hasil pengujian diatas diketahui bahwa variabel *pictures* (X_4) mempunyai pengaruh dominan terhadap sikap mahasiswi atas produk shampoo SunSilk Extra Mild.

DAFTAR ISI

Kata pengantar.....	i
Abstraksi.....	iii
Daftar isi.....	iv
Daftar tabel.....	viii
Daftar gambar.....	ix
Daftar lampiran.....	x
BAB 1 : PENDAHULUAN	
1.1. Latar belakang permasalahan.....	1
1.2. Perumusan masalah.....	6
1.3. Tujuan penelitian.....	7
1.4. Manfaat penelitian.....	8
1.5. Sistematika skripsi.....	8
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian terdahulu.....	10
2.2. Landasan teori.....	13
2.2.1. Iklan.....	14
2.2.2. Sikap.....	21
2.2.3. Sikap atas Produk.....	22
2.2.4. Pengaruh Iklan terhadap Sikap atas Produk	24
2.3. Hipotesis.....	25

BAB 3 : METODE PENELITIAN

3.1. Desain penelitian.....	26
3.2. Identifikasi variabel.....	26
3.3. Definisi operasional.....	27
3.3.1. Iklan.....	27
3.3.2. Sikap atas Produk.....	29
3.4. Jenis dan sumber data.....	30
3.5. Pengukuran data.....	30
3.6. Alat dan metode pengumpulan data.....	31
3.7. Populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel.....	32
3.8. Teknik pengambilan data.....	33
3.9. Teknik analisis data.....	33
3.9.1. Analisis Mean dan Standar Deviasi.....	33
3.9.2. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda.....	35
3.9.3. Analisis Korelasi dan Determinasi Secara Simultan... ..	35
3.9.4. Analisis Korelasi dan Determinasi Secara Parsial.....	37
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	37
3.10.1. Pengujian secara Simultan (Uji F).....	38
3.10.2. Pengujian secara Parsial (Uji t).....	39

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	40
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	40
4.1.2. Tujuan Pendirian Perusahaan.....	42

4.1.3. Usaha dan Kegiatan.....	42
4.2. Deskripsi data.....	44
4.2.1. Karakteristik responden.....	44
4.2.2. Penilaian terhadap tayangan iklan.....	47
4.2.3. Sikap atas produk.....	47
4.3. Uji validitas dan reliabilitas alat ukur.....	48
4.4. Analisis data.....	50
4.4.1. Mean dan Standar Deviasi.....	50
4.4.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.4.3. Analisis Korelasi dan Determinasi secara Simultan.....	54
4.4.4. Analisis Korelasi dan Determinasi secara Parsial.....	55
4.5. Pengujian Hipotesis.....	57
4.5.1. Pengujian secara Simultan (Uji F).....	58
4.5.2. Pengujian secara Parsial (Uji t).....	59
4.6. Pembahasan.....	70
4.6.1. Pengaruh <i>Voice, Words, Music, Pictures, Colour,</i> dan <i>Movement</i> Secara Simultan Terhadap Sikap Atas Produk.....	70
4.6.2. Pengaruh <i>Voice, Words, Music, Pictures, Colour,</i> dan <i>Movement</i> Secara Parsial Terhadap Sikap Atas Produk.....	71

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan..... 77

5.2. Saran 77

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	PENDAPAT RESPONDEN TENTANG IKLAN SUNSILK EXTRA MILD DI SURABAYA	4
TABEL 1.2	SIKAP RESPONDEN ATAS PRODUK SUNSILK EXTRA MILD DI SURABAYA	5
TABEL 4.1	KOMPOSISI RESPONDEN BERDASARKAN ASAL UNIVERSITAS.....	44
TABEL 4.2	KOMPOSISI RESPONDEN BERDASARKAN FREKUENSI MELIHAT TAYANGAN IKLAN SUNSILK EXTRA MILD.....	45
TABEL 4.3	KOMPOSISI RESPONDEN BERDASARKAN PEMBELIAN DAN PENGGUNAAN PRODUK SUNSILK EXTRA MILD.....	46
TABEL 4.4	DISTRIBUSI UMUR RESPONDEN.....	47
TABEL 4.5	UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ALAT UKUR.....	48
TABEL 4.6	SKOR RATA-RATA DAN STANDAR DEVIASI.....	50
TABEL 4.7	NILAI KOEFISIEN KORELASI DAN KOEFISIEN DETERMINASI.....	56

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 4.1	KURVA UJI F.....	59
GAMBAR 4.2	KURVA NORMAL X_1 TERHADAP Y.....	61
GAMBAR 4.3	KURVA NORMAL X_2 TERHADAP Y	62
GAMBAR 4.4	KURVA NORMAL X_3 TERHADAP Y	64
GAMBAR 4.5	KURVA NORMAL X_4 TERHADAP Y	66
GAMBAR 4.6	KURVA NORMAL X_5 TERHADAP Y	67
GAMBAR 4.7	KURVA NORMAL X_6 TERHADAP Y	69



DAFTAR LAMPIRAN

1. RISET PENDAHULUAN (SIGI AWAL)
2. JAWABAN PERTANYAAN RISET PENDAHULUAN (SIGI AWAL)
3. KUESIONER PENELITIAN
4. REKAPITULASI DATA PENILAIAN TERHADAP IKLAN SUNSILK EXTRA MILD YANG DITAYANGKAN MELALUI MEDIA TV
5. SKOR RATA-RATA VARIABEL TAYANGAN IKLAN SUNSILK EXTRA MILD MELALUI MEDIA TV
6. REKAPITULASI DATA SIKAP MAHASISWI ATAS PRODUK SUNSILK EXTRA MILD
7. SKOR RATA-RATA VARIABEL SIKAP MAHASISWI ATAS PRODUK SHAMPOO SUNSILK EXTRA MILD
8. PRINT OUT KOMPUTER HASIL PERHITUNGAN UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ALAT UKUR UNTUK ITEM-ITEM PERTANYAAN TAYANGAN IKLAN SUNSILK EXTRA MILD DENGAN MENGGUNAKAN SPSS FOR WINDOWS RELEASE 6.0
9. PRINT OUT KOMPUTER HASIL PERHITUNGAN UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ALAT UKUR UNTUK ITEM-ITEM PERTANYAAN SIKAP ATAS PRODUK SUNSILK EXTRA MILD DENGAN MENGGUNAKAN SPSS FOR WINDOWS RELEASE 6.0
10. PRINT OUT KOMPUTER HASIL ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA DENGAN MENGGUNAKAN SPSS FOR WINDOWS RELEASE 6.0
11. PRINT OUT KOMPUTER HASIL PERHITUNGAN KORELASI PARSIAL DENGAN VARIABEL LAIN DIKONTROL DENGAN MENGGUNAKAN SPSS FOR WINDOWS RELEASE 6.0
12. HARGA KRITIS DARI R PRODUCT MOMENT
13. TABEL DISTRIBUSI F
14. TABEL T