

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT IKLAN MEDIA TELEVISI
PASTA GIGI PEPSODENT**

SKRIPSI



Disusun oleh:

ADITYA PURNAWAN
98 311 313

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
JOGJAKARTA
2003**

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT IKLAN MEDIA TELEVISI
PASTA GIGI PEPSODENT**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Jurusan Ekonomi Manajemen
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta

Disusun oleh:

ADITYA PURNAWAN
98 311 313

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
JOGJAKARTA
2003**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT IKLAN MEDIA TELEVISI
PASTA GIGI PEPSODENT**

SKRIPSI

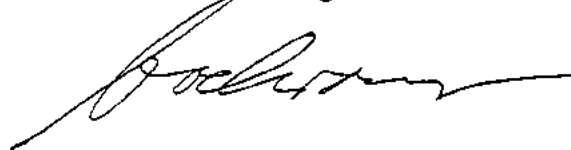
Disusun oleh:

ADITYA PURNAWAN
98 311 313

Telah disetujui dan diterima untuk ujian skripsi

Yogyakarta, *27/1*...2003

Dosen Pembimbing,



Drs.H. Bachrudin, M.si

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL:

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT IKLAN MEDIA TELEVISI PASTA
GIGI PEPSODENT

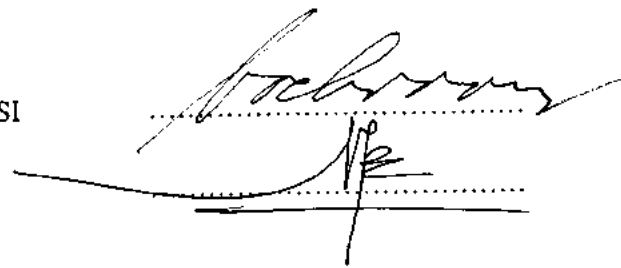
Disusun Oleh: ADITYA PURNAWAN
Nomor Mahasiswa: 98311313

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
pada tanggal 13 Maret 2003

Penguji/Pembimbing Skripsi: DRS. H. BACHRUDDIN, M.SI

Penguji

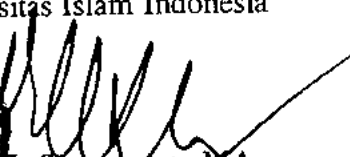
DRA. NURFAUZIAH, MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



H. Suwarsono, MA



PERSEMBAHAN

Pada halaman persembahan ini penulis ingin mengutarakan perasaan dan ungkapan terima kasih dari lubuk hati yang paling dalam kepada insan berikut yang sangat berpengaruh dalam hidupku dan dalam menyelesaikan skripsi ini :

- ♣ Almarhum Bapak yang ada diatas sana Doamu selalu menyertaiiku "pak aku jadi sarjana",sayang Bapak tidak bisa mendampingiiku dan buat Ibu yang telah membimbing aku untuk belajar tentang hidup serta kasih sayang yang tiada pudar oleh rentang waktu, doakan aku untuk selalu bisa membanggakanmu.*
- ♣ Kepada Kakakku tercinta (mas Dodi, mba Yanti, mas Tono, mba Reni, mas Andi, mba Anne, mba Ita, mas Sanusi) terima kasih atas doa dan perhatiannya serta keponakanku yang lucu-lucu (ito,puput,dimas,ais,faiq,alif)*
- ♣ Teruntuk belahan jiwaku tersayang Ari Wahyuni terimakasih atas kasih sayang, perhatian, hanya kamu yang*

dapat merubah jiwa dan semangat dalam menjalani hidup ini "Baru sekali ini aku melihat karya Surga dari mata seorang hawa"

I really needed someone like u to beside me who one cares in me to the future, till death do us apart. . . and finally I gonna missing you. !

Buat dek Azka kamu lucu banget I LOVE YOU

♣ Buat Bapak sama Ibu di Brebes "terima kasih sudah menerima aku sebagai anakmu dengan penuh kasih sayang".buat dek Anung dan Adi ,terima kasih atas bantuan printer dan menemani saat aku sendiri.

♣ Anak-anak Fe Manajemen kelas H pada dimana kalian semua, sudah kelar belum kuliahnya?

♣ Anak-anak KKN Eks SL-41 Mrican ("ariku". enno, ida, pras, anna, tin, zae, zul, yon, inyenk, vian, hendry, mochtar, adit) ngumpul yukk!

♣ Anak-anak WKMK crew "kapan basket lagi"

MOTTO

Dan apabila dikatakan " Berdirilah kamu maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan".

(Q.S. Al-Mujaadilah : 11)

" Dan barang siapa yang buta (hatinya) di dunia ini niscaya di akhirat (nanti) ia akan lebih buta (pula) dan lebih tersesat dari jalan (yang lancar)"

(Q.S. Al Israa : 72)

" Allah memberikan hikmah kepada siapa yang dikehendaki-Nya. Dan barang siapa yang diberikan hikmah, sungguh telah diberi kebajikan yang banyak. Dan tak ada yang dapat mengambil pelajaran kecuali orang-orang yang berakal."

(Q.S. Al Baqarah : 269)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan mengucap syukur alhamdulillah ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Iklan Media Televisi Pasta Gigi Pepsodent.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna menempuh ujian mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini penulis telah banyak mendapat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak DR.Ir.Lutfi Hasan,MS selaku rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Suwarsono, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia beserta seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia,yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada penulis selama masa kuliah.
3. Bapak Drs. Bachrudin, Msi, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan selalu bersedia meluangkan waktu untuk berdiskusi meskipun diluar waktu konsultasi.
4. Almarhum Bapak dan Ibu tercinta serta kakak-kakakku yang selalu memberikan kasih sayang dan doa kepadaku.

5. Adek Ari Wahyuni, untuk kasih sayang, perhatian dan dorongannya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Sanusi yang telah memberikan kebaikan dan kasih sayang luar biasa. Dek Anung dan Adi yang selalu menemaniku.
7. Temen-temen FE Manajemen '98 Kelas H
8. Temen-temen Eks KKN SL-41
9. Temen-temen Basket WKMK
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga amal kebaikan yang telah mereka berikan, mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun demikian penulis agar skripsi ini sesuai dengan syarat yang telah ditetapkan dari program strata-1. Kritik dan saran tetap penulis perhatikan demi sempurnanya skripsi ini, akhirnya penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan semua pihak yang berkenan menelaahnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, Januari 2003

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pokok Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Hipotesis Penelitian.....	9
1.7 Metodologi Penelitian.....	10
BAB II. LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Pengertian Pemasaran.....	16
2.2 Konsep Pemasaran.....	18
2.3 Marketing Mix.....	19

2.4	Promotional Mix.....	22
2.5	Periklanan.....	23
2.5.1	Fungsi Periklanan.....	23
2.5.2	Tujuan Periklanan.....	24
2.5.3	Pemilihan Media Iklan.....	25
2.5.4	Iklan Media Televisi.....	26
2.5.5	Kekuatan dan Kelemahan Media Televisi.....	27
2.6	Perilaku Konsumen.....	29
2.6.1	Faktor Ekstern dalam Perilaku Konsumen.....	34
2.6.2	Faktor Intern dalam Perilaku Konsumen.....	35
2.6.3	Faktor Psikologis.....	35
2.7	Sikap.....	37
2.7.1	Struktur Sikap.....	38
2.7.2	Pembentukan Sikap.....	39
2.7.3	Fungsi Sikap.....	40
2.7.4	Indeks Sikap.....	41

BAB III. GAMBARAN UMUM PRODUK DAN DAERAH

	PENELITIAN.....	43
3.1	Sekilas Produk dan Perusahaan.....	43
3.1.1	Produk Pasta Gigi Pepsodent.....	48
3.1.2	Iklan Televisi Pasta Gigi Pepsodent.....	51
3.2	Keadaan Umum Dukuh Mrican.....	52
3.3	Keadaan Demografi Dukuh Mrican.....	53

3.4 Sarana Pembangunan Dukuh Mrican.....	58
3.5 Perangkat Desa.....	59
BAB IV. ANALISA DATA.....	60
4.1 Analisa Kualitatif.....	60
4.1.1 Karakteristik Responden.....	60
4.1.2 Penilaian Keyakinan Responden terhadap Atribut Iklan Media Televisi Pasta Gigi Pepsodent.....	64
4.1.3 Penilaian Evaluasi Responden terhadap Atribut Iklan Media Televisi Pasta Gigi Pepsodent.....	67
4.2 Analisa Kuantitatif.....	70
4.2.1 Pengukuran Sikap pada Skala Keyakinan Obyek terhadap Atribut (bi).....	72
4.2.2 Pengukuran Skala Evaluasi terhadap Atribut (ei).....	73
4.2.3 Perhitungan Sikap Konsumen (Ao).....	75
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel.1	
Jumlah penduduk menurut jenis kelamin.....	53
2. Tabel.2	
Jumlah usia penduduk menurut jenis kelamin.....	54
3. Tabel.3	
Jumlah usia penduduk menurut kelompok tenaga kerja.....	55
4. Tabel.4	
Tingkat pendidikan penduduk menurut lulusan pendidikan.....	56
5. Tabel.5	
Jumlah penduduk menurut mata pencaharian.....	57
6. Tabel.6	
Kelompok responden menurut usia.....	61
7. Tabel.7	
Kelompok responden menurut jenis kelamin.....	62
8. Tabel.8	
Kelompok responden menurut pendidikan.....	62
9. Tabel.9	
Kelompok responden menurut pendapatan	63
10. Tabel.10	
Penilaian keyakinan responden terhadap atribut pesan iklan.....	64

11. Tabel.11	
Penilaian keyakinan responden terhadap atribut bahasa iklan.....	65
12. Tabel.12	
Penilaian keyakinan responden terhadap atribut desain iklan.....	66
13. Tabel.13	
Penilaian keyakinan responden terhadap atribut model iklan.....	66
14. Tabel.14	
Penilaian evaluasi responden terhadap atribut pesan iklan.....	67
15. Tabel.15	
Penilaian evaluasi responden terhadap atribut bahasa iklan.....	68
16. Tabel.16	
Penilaian evaluasi responden terhadap atribut desain iklan.....	69
17. Tabel.17	
Penilaian evaluasi responden terhadap atribut model iklan.....	69
18. Tabel.18	
Pengukuran keyakinan konsumen (bi) terhadap atribut.....	72
19. Tabel.19	
Pengukuran evaluasi konsumen (ei) terhadap atribut.....	74
20. Tabel.20	
Perhitungan sikap konsumen (Ao).....	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Gambar.1	
Model menyeluruh dari perilaku pembelian.....	30
2. Gambar.2	
Model terperinci perilaku pembelian.....	30
3. Gambar.3	
Proses keputusan beli konsumen.....	32