

**ANALISIS EFEKTIFITAS IKLAN TV ANIMASI  
DOMESTOS NOMOS**  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam  
Indonesia Berdasarkan Teori *Consumer Decision Model*)

**SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna  
memperoleh gelar Sarjana Strata-I di Program Studi Manajemen,  
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



**Disusun Oleh**

**Nama** : Agung Yuwono  
**Nomor Mahasiswa** : 01 311 010  
**Program Studi** : Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2005**

## **PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME**

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, Juli 2005

Penulis,

Agung Yuwono

**HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

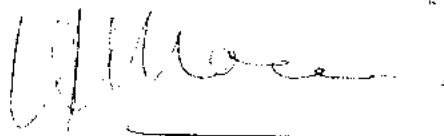
**ANALISIS EFEKTIFITAS IKLAN TV ANIMASI  
DOMESTOS NOMOS**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas  
Islam Indonesia Berdasarkan Teori *Consumer Decision Model*)**

**Disusun oleh :**

**Nama : Agung Yuwono**  
**Nomor Mahasiswa : 01 311 010**  
**Program Studi : Manajemen**  
**Bidang Konsentrasi : Pemasaran**

Yogyakarta, Juli 2005  
Telah Disetujui dan Disahkan Oleh  
Dosen Pembimbing,



(Drs. Al Hasin, MBA.)

## *HALAMAN PERSEMBAHAN*

*Kupersembahkan skripsi ini khusus untuk:*

- ❖ Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mengiringi setiap langkahku dengan do'a*
- ❖ Adik-adikku tersayang Hendro, Kiki, Tria, dan Jasmine*
- ❖ Saudara dan Sahabat terdekatku*
- ❖ Imeirda yang selalu mendukungku*

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesabaran, kekuatan dan tak lupa ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : ANALISIS EFEKTIFITAS IKLAN TV ANIMASI DOMESTIOS NOMOS (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Berdasarkan Teori *Consumer Decision Model*).

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Tanpa bantuan dari pihak-pihak tersebut, penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bpk Drs. H. Suwarsono, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Bpk Drs. Al Hasin, MBA, selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberi pengarahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
4. Seluruh Responden yang telah membantu kelancaran dalam pengerjaan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungan baik moril maupun materil dalam segala hal.
6. Adik-adikku tersayang : Hendro, Kiki, Tria, dan Jasmine yang selalu memberikan keceriaan.
7. Semua keluarga besarku di Solo yang selalu memberikan motivasi.
8. Meiridaku, thanx untuk kesabaranmu yang tiada habisnya buatku.
9. Sahabat-sahabat dekatku : Sholeh, Hapid, Mus, Opet, April, Benji, Dadang, dan Emma. Keberadaan kalian sangat berarti bagiku, ayoo bilyar....
10. Temen-temen Manajemen '01 : Bambang, Helmi, Dede, Agus Solihin, Agus Setyawan, Novian, Dasep.
11. Temen- temen kos Jalan Rambutan : Widhi, Ipul, Heri, Ari, Anang, Boyke, Sigit. Thanx untuk suasana nyaman yang telah kalian ciptakan.
12. Temen-temen kontrakan di Maguwo : Heri, Jacky, Duta, Royan, Rahman, Arip, Wimbo. Judi teruuuussss.....
13. Temen-temen Asrama Kamas. Berkat usaha kalian persaudaraan Keluarga Besar Al-Islam tetap terjaga.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberi dukungan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangatlah

penulis harapkan, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, Juli 2005

Penulis

(Agung Yuwono)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
<b>BAB I : Pendahuluan</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II : Kajian Pustaka</b>	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.2.2 Konsep Pemasaran.....	11
2.2.3 Komunikasi Pemasaran.....	11



2.2.4 Perilaku Konsumen.....	13
2.2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	13
2.2.4.2 Teori-teori Perilaku Konsumen.....	15
2.2.4.2.1 Teori Ekonomi Makro.....	15
2.2.4.2.2 Teori Psikologis.....	17
2.2.4.2.3 Teori Sosiologis.....	19
2.2.4.2.4 Teori Antropologi.....	19
2.2.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
2.2.5.1 Faktor Lingkungan Eksternal.....	20
2.2.5.2 Faktor Lingkungan Internal.....	23
2.2.6 Periklanan.....	25
2.2.6.1 Pengertian Periklanan.....	25
2.2.6.2 Fungsi Periklanan.....	25
2.2.6.3 Efektivitas Iklan.....	26
2.2.6.3.1 Pesan Iklan ( <i>information</i> ).....	28
2.2.6.3.2 Pengenalan Merek ( <i>brand recognition</i> ).....	30
2.2.6.3.2 Kepercayaan atau Keyakinan Konsumen ( <i>confidence</i> ).....	32
2.2.6.3.4 Sikap Konsumen ( <i>attitude</i> ).....	33
2.2.6.3.5 Minat Beli ( <i>intention</i> ).....	34
2.2.6.3.6 Pembelian ( <i>purchase</i> ).....	35
2.3 Hipotesis.....	37

### BAB III : Metode Penelitian

3.1 Lokasi Penelitian.....	39
3.1.1 Latar Belakang Berdirinya UII.....	39
3.1.2 Pendirian FE UII.....	40
3.1.3 Visi dan Misi UII.....	42
3.1.3.1 Visi.....	42
3.1.3.2 Misi.....	42
3.1.4 Tujuan Pendidikan.....	43
3.2 Jenis Penelitian.....	44
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	44
3.3.1 Variabel Penelitian.....	44
3.3.2 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.4 Populasi dan Sampel.....	50
3.4.1 Populasi.....	50
3.4.2 Sampel.....	50
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	51
3.4.4 Besaran Sampel.....	51
3.5 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5.1 Jenis Data.....	52
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	52
3.5.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	53
3.5.3.1 Uji Validitas Instrumen.....	54

3.5.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	56
3.6 Metode dan Analisis Data.....	57
3.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	57
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
3.6.3 Uji F (Pengujian Secara Serempak).....	59
3.6.4 Uji T (Pengujian secara Parsial).....	60
3.6.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	61
3.6.6 Korelasi Parsial ( $r^2$ ).....	61
3.6.7 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	62
 BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan	
4.1 Analisis Kualitatif.....	63
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	63
4.1.2 Daerah Asal Responden.....	64
4.1.3 Jurusan.....	64
4.1.4 Uang Saku.....	65
4.2 Analisis Kuantitatif.....	67
4.2.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	67
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
4.2.2.1 Uji F (Pengujian Secara Serempak).....	73
4.2.2.2 Uji t (Pengujian Secara Individu ).....	75
4.2.2.3 Analisis Korelasi Parsial ( $r^2$ ).....	78
4.2.2.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	79
4.2.3 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	80

BAB V : Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	55
3.2 Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas.....	57
4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	64
4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jurusan Yang Ditempuh.....	65
4.4 Karakteristik Responden Menurut Kelompok Uang Saku.....	66
4.5 Ikhtisar Regresi Linier Sederhana.....	68
4.6 Ikhtisar Regresi Linier Berganda.....	71
4.7 Hasil Analisa Koefisien Korelasi Parsial.....	79
4.8 Ikhtisar Analisis Jalur.....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Hubungan Variable-Variabel Pada Teori <i>Consumer Decision Model</i> .....	36
3.1 Hubungan Antar Variable.....	46
3.2 Hubungan Antar Variable Penelitian.....	49
4.1 Kurva Dacrah Penerimaan Dan Penolakan Ho Untuk Uji F.....	74
4.2 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho Untuk Uji Koefisien Regresi F.....	76
4.3 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho Untuk Uji Koefisien Regresi A.....	77
4.4 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho Untuk Uji Koefisien Regresi C.....	78
4.5 Model Analisis Path.....	91