

**ANALISIS SIKAP MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
MANAJEMEN UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG TERHADAP IKLAN TV
SHAMPOO CLEAR**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat unruk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Oleh :

Nama : **ELIYANA**
NIM : **9630.2781**
NIRM : **96.6.111.02016.50179**
Jurusan : **Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2000**

MOTTO

Matius 7 : 7 - 8

Mintalah, maka akan diberikan kepadamu
carilah, maka kamu akan mendapat
Ketoklah, maka pintu akan dibukakan bagimu.
Karena setiap orang yang meminta, menerima
dan setiap orang yang mencari, mendapat
dan setiap orang yang mengetok, baginya pintu
dibukakan.

Pengkotbah 3 : 11

IA membuat segala sesuatu indah pada waktunya,
bahkan IA memberikan kekekalan dalam hati
mereka.

Tetapi manusia tidak dapat menyelami
pekerjaan yang dilakukan ALLAH dari awal
sampai akhir

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ELIYANA

NIM : 96.30.2781

NIRM : 96.6.111.02016.50179

Fakultas : Ekonomi

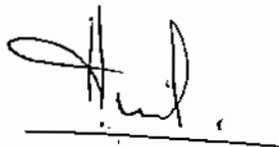
Jurusan : Manajemen

**Judul Skripsi : ANALISIS SIKAP MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI MANAJEMEN UNIVERSITAS
KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG
TERHADAP IKLAN TV SHAMPO CLEAR**

Disetujui di : Semarang

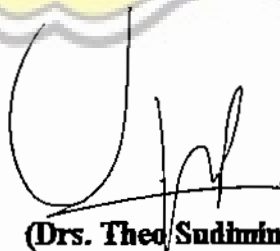
Pada tanggal : Juli 2000

Pembimbing I

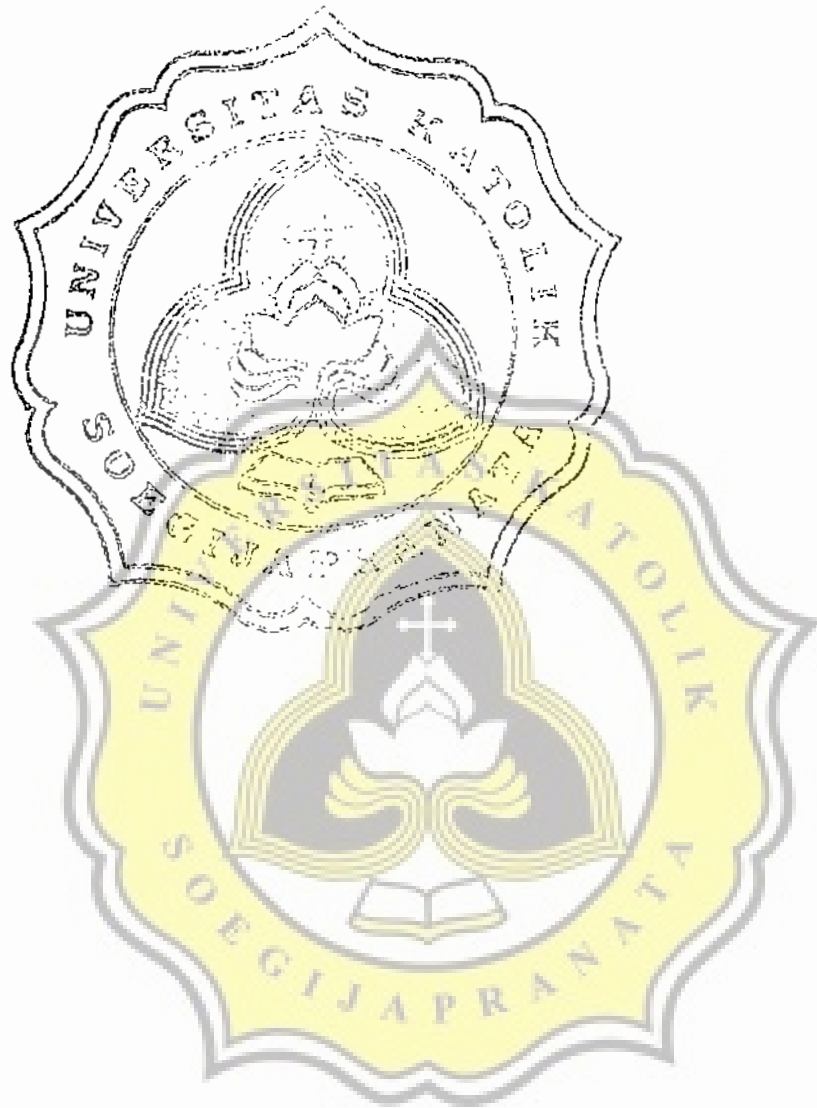


(Drs. Heru Sutantio)

Pembimbing II



(Drs. Theo Sudimin, MS)



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**Judul Skripsi : ANALISIS SIKAP MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI MANAJEMEN UNIVERSITAS
KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG
TERHADAP IKLAN TV SHAMPO CLEAR**

Disusun Oleh :

**Nama : ELIYANA
NIM : 96.30.2781
NIRM : 96.6.111.02016.50179**

**Telah diuji dan dipertahankan di hadapan dewan penguji dalam sidang yang
diselenggarakan pada :**

**Hari : Rabu
Tanggal : 30 Agustus 2000**

Dekan Fakultas Ekonomi



Koordinator Penguji

(Dr. Vincent Didek WA., MBM)

(Dra. Dwi Hayu A., MBA)



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

ABSTRAK

Skripsi ini mengambil judul "ANALISIS SIKAP MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG TERHADAP IKLAN TV SHAMPO CLEAR."

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya mempunyai tujuan dan sasaran. Untuk mencapai tujuan dan sasaran, perusahaan harus menyusun strategi di bidang pemasaran. Pemasaran mencakup usaha pemasaran yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen, menentukan harga, menentukan cara promosi dan cara penyaluran produk tersebut.

Produk *Shampo Clear* merupakan produk untuk mencuci dan membersihkan rambut. Dalam memperkenalkan produknya kepada konsumen, antara lain adalah melalui iklan di TV. Promosi iklan TV *Shampo Clear* akan menimbulkan berbagai persepsi.

Salah satu usaha yang dilaksanakan perusahaan untuk memenangkan persaingan yaitu dengan mengenal sikap konsumen. Setiap konsumen mempunyai sikap yang berbeda-beda atas iklan TV *Shampo Clear*. Dengan demikian produk *Shampo Clear* perlu mengetahui sikap konsumennya terhadap iklan TV *Shampo Clear*, karena jawaban yang diberikan konsumen dapat menjadi masukan mengenai mana yang perlu diperbaiki dan mana yang perlu dipertahankan.

Perumusan masalah :

1. Bagaimana sikap mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang terhadap iklan TV *Shampo Clear* ?
2. Atribut iklan TV *Shampo Clear* yang mana yang dipertimbangkan mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang ?

Adapun atribut-atribut dalam iklan TV *Shampo Clear* yaitu :

1. Atribut tokoh, meliputi :
 - ▲ Tokoh mewakili kalangan remaja
 - ▲ Tokoh mencerminkan kepercayaan diri
 - ▲ Tokoh sudah dikenal luas
2. Atribut pesan, meliputi :
 - ▲ Pesan dapat diterima dan dimengerti dengan baik
 - ▲ Kata-kata yang digunakan sebagai pesan
3. Atribut gambar, meliputi :
 - ▲ Daya tarik visual
 - ▲ Ilustrasi gambar
 - ▲ Adegan yang ditampilkan
4. Atribut waktu tayang, meliputi :
 - ▲ Kuantitas penayangan
 - ▲ Pada saat siaran remaja

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang masih aktif, yaitu sebesar 1831 mahasiswa. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang dengan

teknik *accidental sampling*. Sedangkan metode pengumpulan datanya yaitu dengan menyebarkan kuisioner kepada responden.

Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah *Multiattribute Attitude Model (MAM)*, digunakan untuk mengukur sikap responden terhadap atribut iklan TV Shampo *Clear*.

Hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Sikap responden terhadap atribut iklan TV Shampo *Clear* hasilnya sebesar 96,63 yang terletak pada range pertama, skala antara 0 dan 100. Hal ini menunjukkan sikap responden sangat menyenangkan (positif) artinya iklan TV Shampo *Clear* yang ada dapat diterima oleh responden.

Atribut yang dipertimbangkan mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang terhadap iklan TV Shampo *Clear* adalah berturut-turut dari yang pertama atribut tokoh mewakili kalangan remaja, adegan yang ditampilkan, kata-kata yang digunakan sebagai pesan, tokoh sudah dikenal luas, pesan dapat diterima dan dimengerti dengan baik, tokoh mencerminkan kepercayaan diri, daya tarik visual penyajian, ilustrasi gambar, kuantitas penayangan dan pada saat siaran remaja.

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan : sikap responden (mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang) terhadap iklan TV Shampo *Clear* adalah sangat menyenangkan.

Sedangkan saran-saran yang dapat diberikan adalah :

1. Sikap responden terhadap atribut iklan TV Shampo *Clear* adalah sangat menyenangkan. Sikap sangat menyenangkan tersebut hendaknya dapat tetap dipertahankan antara lain pada atribut : tokoh mewakili kalangan remaja, tokoh mencerminkan kepercayaan diri, pesan dapat diterima dan dimengerti, kata-kata yang digunakan sebagai pesan, daya tarik visual, ilustrasi gambar dan adegan yang ditampilkan.
2. Sedang atribut selain atribut-atribut di atas memang sudah dapat dikatakan baik, namun akan lebih baik lagi jika dilakukan koreksi-koreksi antara lain pada atribut : tokoh sudah dikenal luas, kuantitas penayangan dan pada saat siaran remaja.

KATA PENGANTAR

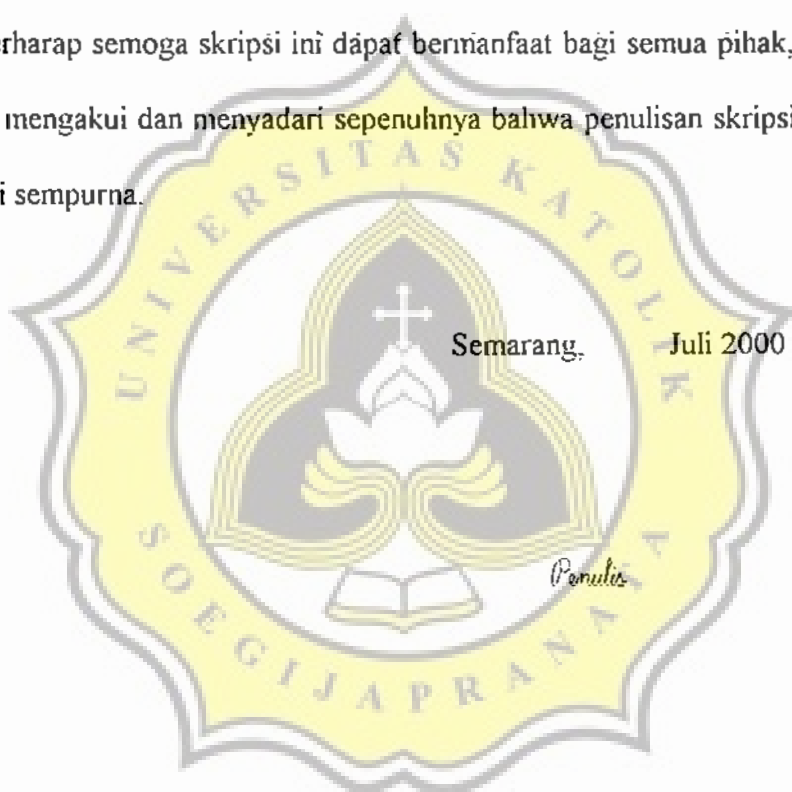
Puji syukur kepada TUHAN YANG MAHA ESA yang telah melimpahkan berkatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *"ANALISIS SIKAP MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG TERHADAP IKLAN TV SHAMPO CLEAR."*

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam rangka menempuh ujian akhir Program Studi Sarjana (SI) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Vincent Didiek WA., ^{Phd.} MBM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata.
2. Drs. Heru Sutantio, selaku Dosen Pembimbing I dalam penulisan skripsi ini.
3. Drs. Theo Sudimin, MS, selaku Dosen Pembimbing II dalam penulisan skripsi ini.
4. Para Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menempuh studi.
5. Papi dan Mami yang telah memberikan dukungan bagi penulis selama studi.
6. Kakak-kakak penulis : Ana, Emilia, Elisabeth yang telah memberi semangat dan doa bagi keberhasilan penulis.

7. Para responden yang telah memberikan respon yang baik pada saat pemberian angket.
8. Teman-temanku dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, meskipun penulis mengakui dan menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.2.1. Pembatasan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1. Definisi dan Arti Pemasaran	8
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	10

2.1.3. Marketing Mix	10
2.1.4. Periklanan	12
2.1.5. Sikap Konsumen	20
2.2. Kerangka Pikir	22
2.3. Definisi Operasional	23
BAB III: METODE PENELITIAN	25
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian	25
3.1.1. Obyek Penelitian	25
3.1.2. Lokasi Penelitian	25
3.2. Populasi dan Sampel	26
3.2.1. Populasi	26
3.2.2. Sampel	26
3.3. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	27
3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	28
3.4.1. Uji Validitas	28
3.4.2. Uji Reliabilitas	29
3.5. Metode Analisis Data	30
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Hasil Penelitian	36
4.1.1. Gambaran Umum Responden	36
4.1.2. Data Penelitian	38
4.2. Analisis Data	39

BAB V	PENUTUP	59
5.1.	Kesimpulan	59
5.2.	Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman	
TABEL 3.1. Hasil Uji Validitas	29	
TABEL 3.2. Hasil Uji Reliabilitas	30	51
TABEL 4.1. Responden menurut Jenis Kelamin	36	
TABEL 4.2. Responden menurut Usia	37	52
TABEL 4.3. Responden menurut Semester yang Ditempuh	37	53
TABEL 4.4. Tanggapan Responden terhadap Iklan TV Shampo <i>Clear</i> ...	38	57
TABEL 4.5. Urutan Bobot pada Atribut TV Shampo <i>Clear</i>	42	
TABEL 4.6. Perhitungan Ideal dan Belief Atribut Tokoh Mewakili Kalangan Remaja	43	
TABEL 4.7. Perhitungan Ideal dan Belief Atribut Tokoh Mencerminkan Kepercayaan Diri	44	
TABEL 4.8. Perhitungan Ideal dan Belief Atribut Tokoh Sudah Dikenal Luas	45	
TABEL 4.9. Perhitungan Ideal dan Belief Atribut Pesan Dapat Diterima dan Dimengerti dengan Baik	46	
TABEL 4.10. Perhitungan Ideal dan Belief Atribut Kata-Kata yang Digunakan Sebagai Pesan	47	
TABEL 4.11. Perhitungan Ideal dan Belief Atribut Daya Tarik Visual Penyajian	48	
TABEL 4.12. Perhitungan Ideal dan Belief Atribut Ilustrasi Gambar .	49	