

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP IKLAN
PRODUK SEPEDA MOTOR DI TELEVISI DENGAN
KEPUTUSAN MEMBELI SEPEDA MOTOR**

SKRIPSI

DISUSUN OLEH :

RUDY SETIAWAN
02.40.0009



FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2009

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP IKLAN
PRODUK SEPEDA MOTOR DI TELEVISI DENGAN
KEPUTUSAN MEMBELI SEPEDA MOTOR**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata
untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Psikologi

DISUSUN OLEH :

RUDY SETIAWAN

02.40.0009

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2009

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata dan Diterima untuk Memenuhi
Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Psikologi

Pada Tanggal

16 Februari 2009

Mengesahkan

Fakultas Psikologi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

Dekan,

(Th. Dewi Setyorini, S.Psi., M.Si)

Dewan Penguji

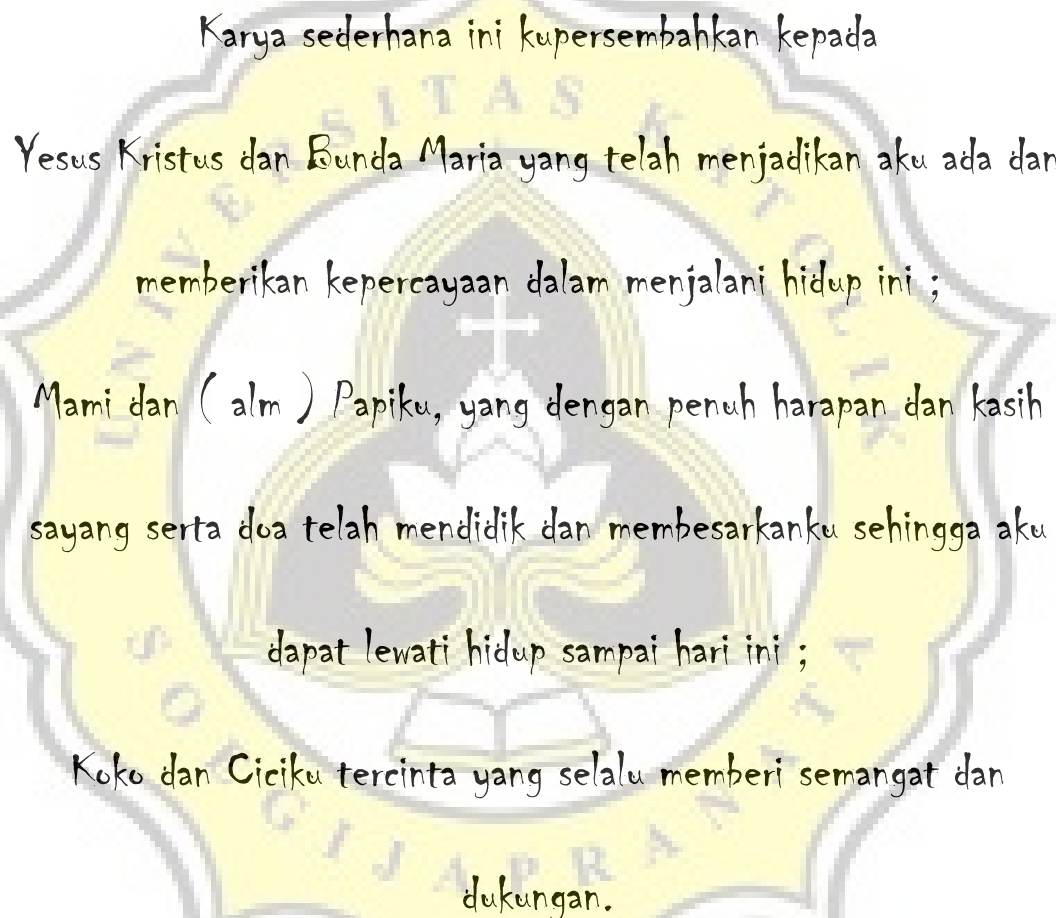
Tanda Tangan

1. Drs. Pius Heru Priyanto, M.Si

2. Lucia Trisni Widianingtanti, S.Psi., M.Si

3. Drs. ML. Oetomo

HALAMAN PERSEMBAHAN



Karya sederhana ini kupersembahkan kepada
Yesus Kristus dan Bunda Maria yang telah menjadikan aku ada dan
memberikan kepercayaan dalam menjalani hidup ini ;
Mami dan (alm) Papiku, yang dengan penuh harapan dan kasih
sayang serta doa telah mendidik dan membesarkanku sehingga aku
dapat lewati hidup sampai hari ini ;
Koko dan Ciciku tercinta yang selalu memberi semangat dan
dukungan.

HALAMAN MOTTO



Kita tidak tahu bagaimana hari esok, yang bisa kita lakukan ialah
berbuat sebaik - baiknya
dan berbahagia pada hari ini.
(Samuel Taylor Coleridge)

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas kasih, anugerah serta penyertaannya yang besar kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar.

Pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Ibu Th. Dewi Setyorini, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Psikologi yang telah berkenan memberikan izin penelitian.
2. Ibu Lucia Trisni Widianingtanti, S.Psi., M.Si. selaku dosen pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran, ketelitian dan perhatian telah sudi meluangkan waktu untuk membimbing dan membagikan ilmunya yang bermanfaat dalam penulisan skripsi
3. Ibu Augustina Sulastri, S.Psi. selaku dosen pembimbing pendamping yang dengan penuh perhatian dan ketelitian telah sudi mendampingi dan membagikan ilmunya serta banyak memberi masukan yang bermanfaat dalam penulisan skripsi.
4. Bapak Drs. Haryo Goeritno, M.Si selaku dosen wali yang selalu mendampingi, memperhatikan dan memberikan banyak masukan kepada peneliti selama menempuh studi di Fakultas Psikologi.

5. Seluruh bapak dan ibu dosen Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata yang telah memberikan bimbingan serta bekal ilmu pengetahuan selama peneliti menempuh studi di universitas ini.
6. Seluruh karyawan perpustakaan dan tata usaha baik Fakultas Psikologi maupun Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang selalu siap sedia memberikan bantuan dalam bentuk pelayanan ketatausahaan maupun memberikan informasi-informasi yang berguna demi mempercepat terselesaikannya tugas skripsi ini.
7. Bapak Jonathan Boedirahardja selaku pemilik bengkel Mitra Utama yang bersedia memberikan izin penelitian di bengkel milik beliau.
8. Kedua orang tuaku mami dan (alm) papiku tercinta, yang telah memberikan kasih sayang, pengorbanan, kesabaran, serta tak pernah lelah berdoa untuk peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Koko dan cici ku tercinta, Kokoh, Koh Didit, Cik Sansan, Koh Agus, Cik Vivi yang selalu memberikan kasih sayang, bantuan, dan dukungan agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Evi atas dukungan dan doanya serta bantuannya selama dalam menyelesaikan skripsi, *you're so special*.
11. Teman-teman kos lama maupun yang baru, Koh Andi, Yocki, Ronny, Hendra, Irma, Titin, Olan, Laurent, Meiky, Cik Henny, Cik Meme, Koh Sansan untuk kebersamaannya selama ini.
12. Teman-teman seangkatanku, Devi, Vita, Elly, Dewi, Rudy Su, Stephen, Yessi, Kiki, Ai, Adeth, Jessica, Christin, dan rekan-rekan yang tak bisa penulis tulis

satu per satu yang selalu menjadi teman seperjuangan dalam melewati masa-masa perkuliahan baik dalam suka maupun duka.

13. Teman-teman seperjuangan dalam membentuk tim futsal Unika, Mas Adi, Eko, Senut, Doni, Gino, Sabar, Frans, dan rekan-rekan satu tim lainnya yang tak bisa penulis tulis satu persatu.
14. Cik Inge, Mas Yuyud dan Lois, untuk bantuannya selama penulis ada di Semarang.
15. Pemilik kos, Mak Erly yang telah memberikan tempat bernaung selama ini.
16. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari akan kekurangan-kekurangan yang mungkin ditemukan dalam penyusunan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati peneliti bersedia menerima kritik dan saran yang berguna bagi kemajuan peneliti. Akhir kata semoga kasih Tuhan menjadikan segalanya lebih berarti untuk kita semua.

Semarang, 28 Januari 2009

Peneliti

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	9
C. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Persepsi Terhadap Iklan Sepeda Motor Di Televisi.....	10
1. Pengertian Persepsi Terhadap Iklan Sepeda Motor Di Televisi.....	10
2. Aspek-Aspek Persepsi Terhadap Iklan Sepeda Motor Di Televisi.....	12
3. Daya Tarik Pesan.....	14
4. Karakteristik Periklanan Melalui Televisi.....	16

B.	Keputusan Membeli sepeda Motor.....	18
1.	Pengertian Keputusan Membeli Sepeda Motor.....	18
2.	Tipe-Tipe Keputusan Membeli Sepeda Motor.....	19
3.	Aspek-Aspek Keputusan Membeli Sepeda Motor.....	20
4.	Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Membeli Sepeda Motor.....	22
C.	Hubungan Persepsi Iklan Produk Sepeda Motor Di Televisi Dengan Keputusan Membeli Sepeda Motor.....	26
D.	Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
A.	Jenis Penelitian.....	33
B.	Variabel Penelitian.....	34
1.	Identifikasi Variabel Penelitian.....	35
2.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
C.	Populasi dan sampel Penelitian.....	37
1.	Populasi.....	37
2.	Sampel Penelitian.....	37
D.	Metode dan Alat Pengumpulan Data.....	38
1.	Skala Keputusan Membeli Sepeda Motor	40
2.	Skala Persepsi Terhadap Iklan Produk Sepeda Motor Di Televisi.....	41
E.	Validitas dan Reliabilitas.....	43
1.	Validitas.....	43

2. Reliabilitas.....	44
F. Metode Analisis Data.....	45
BAB IV PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN.....	47
A. Orientasi Kanchah.....	47
B. Persiapan Penelitian.....	47
1. Penyusunan Skala.....	47
2. Perizinan Penelitian.....	50
C. Pelaksanaan Uji Coba Alat Ukur.....	51
D. Pelaksanaan Penelitian.....	53
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Uji Asumsi.....	56
1. Uji Normalitas.....	56
2. Uji Linieritas.....	57
B. Uji Hipotesis.....	58
C. Pembahasan.....	58
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
1. Kesimpulan.....	64
2. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1 Kisi-Kisi Skala Keputusan Membeli Sepeda Motor.....	41
Tabel 2 Kisi-Kisi Skala Persepsi Terhadap Iklan Produk Sepeda Motor Di Televisi.....	42
Tabel 3 Sebaran Item Skala Keputusan Membeli Sepeda Motor.....	49
Tabel 4 Sebaran Item Persepsi Terhadap Iklan Sepeda motor Di Televisi...	50
Tabel 5 Sebaran Item Skala Keputusan Membeli Sepeda Motor Setelah Try Out.....	52
Tabel 6 Sebaran Item Persepsi Terhadap Iklan Sepeda motor Di Televisi Setelah Try Out.....	53
Tabel 7 Sebaran Item Skala Keputusan Membeli Sepeda Motor Untuk Penelitian.....	54
Tabel 8 Sebaran Item Persepsi Terhadap Iklan Sepeda motor Di Televisi Untuk Penelitian.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
A. Data Uji Coba Skala Penelitian.....	69
A – 1 Skala Keputusan Membeli Sepeda Motor.....	70
A – 2 Skala Persepsi Terhadap Iklan Sepeda Motor Di Televisi.....	73
B. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Penelitian.....	76
B – 1 Skala Keputusan Membeli Sepeda Motor.....	77
B – 2 Skala Persepsi Terhadap Iklan Sepeda Motor Di Televisi.....	81
C. Skala Penelitian.....	85
C – 1 Skala Keputusan Membeli Sepeda Motor.....	86
C – 2 Skala Persepsi Terhadap Iklan Sepeda Motor Di Televisi.....	89
D. Data Penelitian.....	92
D – 1 Skala Keputusan Membeli Sepeda Motor.....	93
D – 2 Skala Persepsi Terhadap Iklan Sepeda Motor Di Televisi.....	95
E. Uji Asumsi.....	98
E – 1 Uji Normalitas.....	99
E – 2 Uji Linieritas.....	101
F. Uji Hipotesis.....	102
G. Surat Keterangan.....	104
G – 1 Surat Izin Penelitian.....	105
G – 2 Surat Bukti Penelitian.....	106