

**ANALISIS KEPERCAYAAN REMAJA PUTRI UNIKA SOEGIJAPRANATA  
TERHADAP IKLAN MINUMAN KESEHATAN KIRANTI  
(STUDI PADA IKLAN DI TELEVISI)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan  
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang



Disusun Oleh:

**NAMA : Yunita Damayanti**  
**NIM : 10.30.0114**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2014**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yunita Damayanti

NIM : 10.30.0114

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Judul : **ANALISIS KEPERCAYAAN REMAJA PUTRI TERHADAP  
IKLAN MINUMAN KESEHATAN KIRANTI (STUDI PADA  
IKLAN DI TELEVISI)**

Disetujui di Semarang, Juli 2014

Pembimbing

(Antonius Haryo P, S.E, MA-TRM)

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **ANALISIS KEPERCAYAAN REMAJA PUTRI UNIKA SOEGIJAPRANATA TERHADAP IKLAN MINUMAN KESEHATAN KIRANTI (STUDI PADA IKLAN DI TELEVISI)**

Disusun Oleh :

Nama : Yunita Damayanti

NIM : 10.30.0114

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal: 23 Mei 2014

Dan telah dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Tim Penguji,

Penguji 1

Penguji 2

Penguji 3

(DR. J. WijantoHadipuro, SE., MT)

(M. Widyanto, SE. MM)

(Dra. Retno Yustini W, MSi)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Plt Dekan,

(DR. Octavinus Digdo Hartomo, M.SI, Akt)

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yunita Damayanti

NIM : 10.30.0114

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, ataupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang

Semarang, Juni 2014

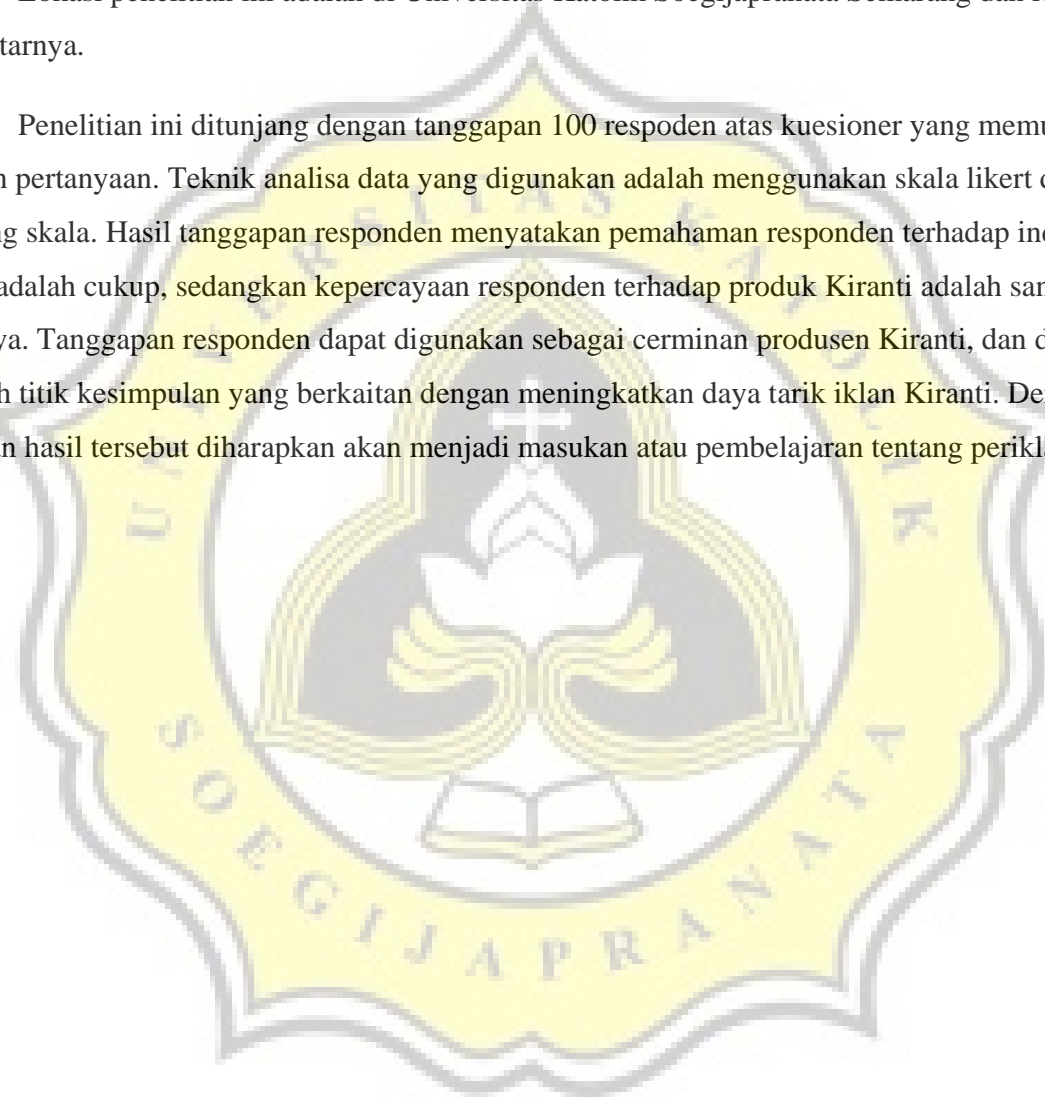
(Yunita Damayanti)

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi remaja putri Unika Soegijapranata terhadap iklan minuman kesehatan Kiranti di televisi. Masalah kepercayaan akan coba dikaji dengan penelitian terhadap persepsi remaja putrid Unika Soegijapranata.

Lokasi penelitian ini adalah di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dan lokasi disekitarnya.

Penelitian ini ditunjang dengan tanggapan 100 responden atas kuesioner yang memuat 3 bagian pertanyaan. Teknik analisa data yang digunakan adalah menggunakan skala likert dan rentang skala. Hasil tanggapan responden menyatakan pemahaman responden terhadap indikator iklan adalah cukup, sedangkan kepercayaan responden terhadap produk Kiranti adalah sangat percaya. Tanggapan responden dapat digunakan sebagai cerminan produsen Kiranti, dan dibuat sebuah titik kesimpulan yang berkaitan dengan meningkatkan daya tarik iklan Kiranti. Dengan temuan hasil tersebut diharapkan akan menjadi masukan atau pembelajaran tentang periklanan.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>PENDAHULUAN</b>	
<b>1.1 LatarBelakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 PerumusanMasalah.....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 TujuanPenelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.4 ManfaatPenelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>LANDASAN TEORI</b>	
<b>1. Pengertian Produk .....</b>	<b>8</b>
<b>2. Atribut Produk .....</b>	<b>9</b>
<b>3. Pengertian Promosi .....</b>	<b>11</b>
<b>4. Tujuan Promosi .....</b>	<b>12</b>
<b>5. Kepercayaan .....</b>	<b>13</b>
<b>6. Jenis-Jenis Kepercayaan.....</b>	<b>14</b>
<b>7. Hubungan antara kepercayaan terhadap sikap.....</b>	<b>15</b>

<b>8. Pengertian Periklanan .....</b>	<b>15</b>
<b>9. Pengertian Iklan .....</b>	<b>16</b>
<b>10. Fungsi Iklan .....</b>	<b>17</b>
<b>11. Media Iklan .....</b>	<b>18</b>
<b>12. Pengertian Iklan Televisi .....</b>	<b>19</b>
<b>13. Kerangka Pikir .....</b>	<b>22</b>
<b>14. Definisi Operasional .....</b>	<b>22</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	
<b>1. Objek dan Lokasi Penelitian .....</b>	<b>24</b>
<b>2. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>24</b>
<b>3. Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>25</b>
<b>4. Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>25</b>
<b>5. Alat Pengumpulan Data.....</b>	<b>27</b>
<b>6. Teknik Analisis Data Deskriptif.....</b>	<b>28</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>A. Profil Responden .....</b>	<b>29</b>
<b>1. Pengelompokan responden berdasarkan usia .....</b>	<b>29</b>
<b>2. Pengelompokan responden berdasarkan fakultas .....</b>	<b>30</b>
<b>3. Pengelompokan responden berdasarkan hobby .....</b>	<b>30</b>
<b>4. Krostabulasi antara data profil responden.....</b>	<b>32</b>
<b>B. Analisis Tanggapan Responden.....</b>	<b>36</b>
<b>1. Pemahaman responden tentang produk Kiranti.....</b>	<b>36</b>
<b>2. Tanggapan terhadap indikator iklan .....</b>	<b>41</b>

<b>3. Tentang kepercayaan.....</b>	<b>53</b>
------------------------------------	-----------

**PENUTUP**

<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>56</b>
----------------------------	-----------

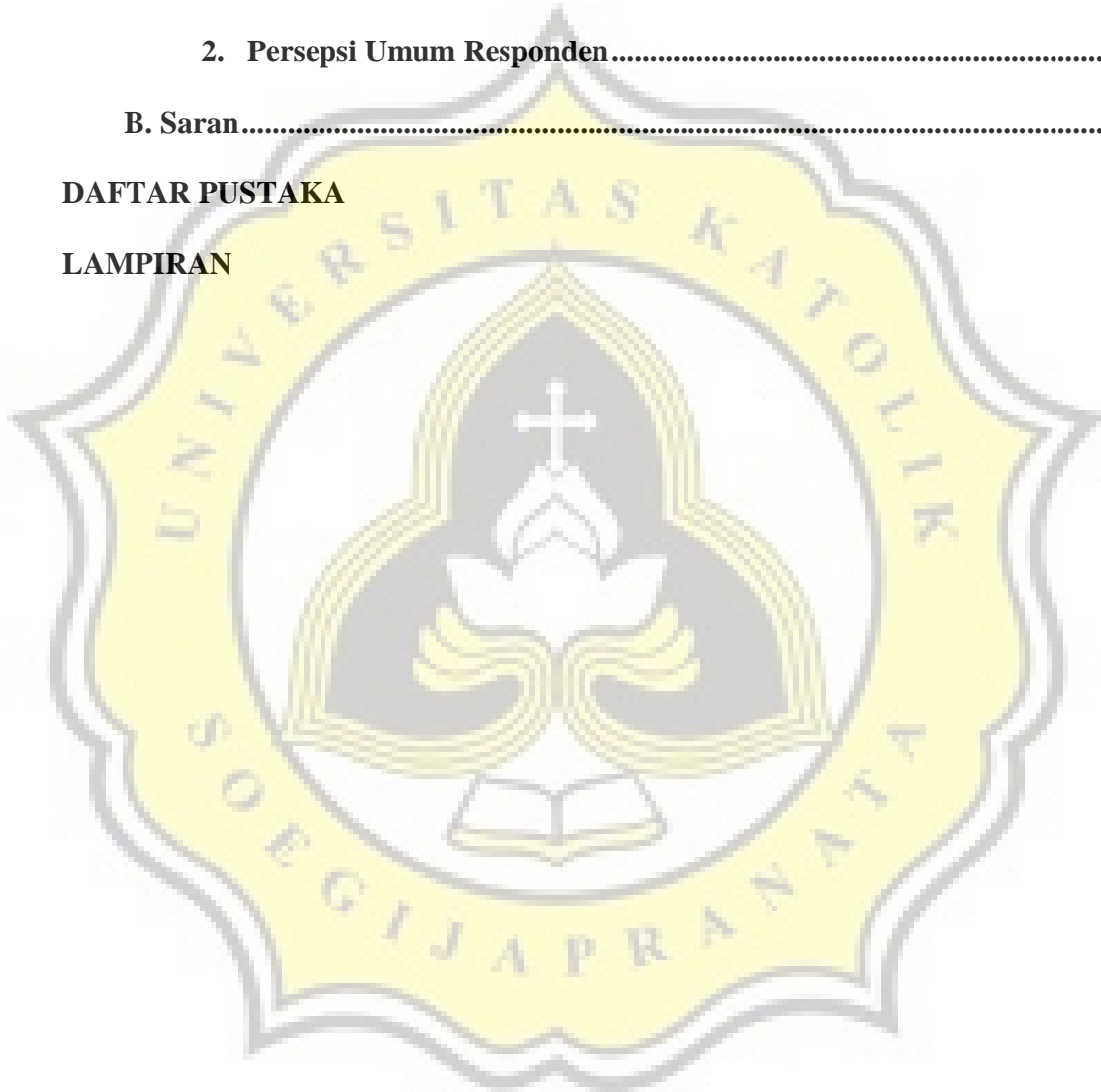
<b>1. Profil umum responden .....</b>	<b>56</b>
---------------------------------------	-----------

<b>2. Persepsi Umum Responden.....</b>	<b>57</b>
--	-----------

<b>B. Saran.....</b>	<b>59</b>
----------------------	-----------

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**





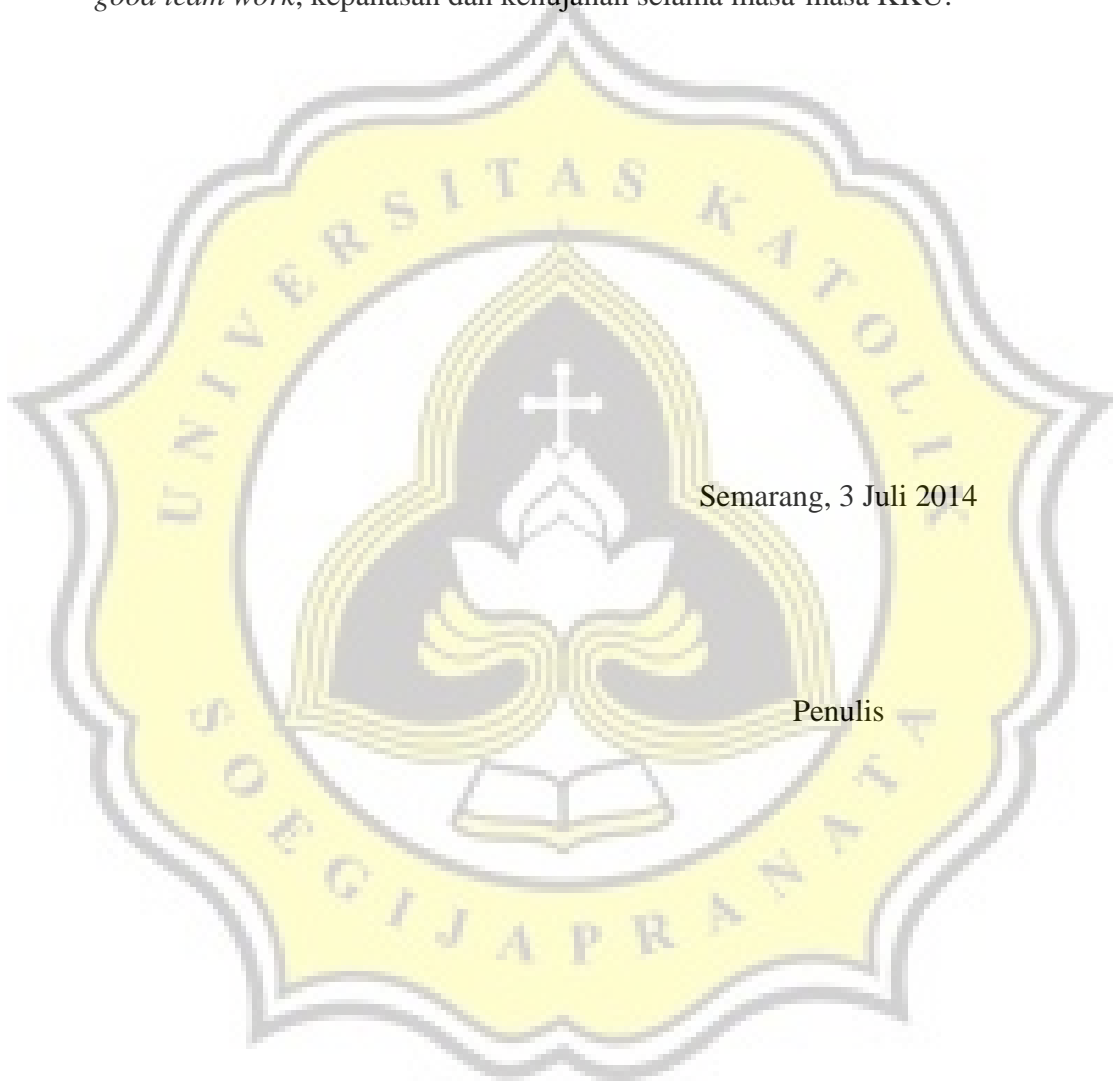
## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS KEPERCAYAAN REMAJA PUTRI DI UNIKA SOEGIJAPRNATA TERHADAP IKLAN MINUMAN KESEHATAN KIRANTI (STUDI PADA IKLAN DI TELEVISI)”**.

Dalam penyusunan laporan ini tidak lepas dari kendala dan hambatan, namun berkat bimbingan dan motivasi dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, maka penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang tidak pernah jauh dan selalu ada disaat saya membutuhkan pertolongan.
2. Sentot Suciarto A, Ph.D Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKA Seogijapranata Semarang.
3. Antonius Haryo Perwito,SE.,MA-TRM., sebagai dosen yang membimbing saya dalam menyusun skripsi ini dengan berbagai masukan. Ketelitian dan penuh kesabaran.
4. Drs. Y. Sugiharto, MM., dosen wali yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Papi, Mami, ooh serta ian yang tidak pernah berhenti memberikan semangat dan doa untukku.
6. Toni saputra, orang special yang selalu memberikan dukungan dan menghibur saat saya merasa down dengan kekonyolannya.
7. Teman – teman terbaik semasa SMA (Fera, Dewi, Editha dan Pyrena) yang selalu memberi dukungan, semangat, saran,dan yang terbaik dalam menyelesaikan skripsi.

8. Teman-teman seperjuangan dan satu atap dari semester satu Elvira, Lina, Ronald, Chang, Chici, Calistha Zheng, Herry Ateng, dan Fani yang sudah menjadi sahabat dalam suka dan duka selama tahun-tahun perkuliahan.
9. Teman-teman KKU (Doddy, Santi, Yonathan, Edo, Yayuk, Saga) yang sudah menjadi *good team work*, kepanasan dan kehujaan selama masa-masa KKU.



Semarang, 3 Juli 2014

Penulis