

**PENGARUH *SUBLIMINAL ADVERTISING* TERHADAP  
MINAT MEMBELI *SOFT-DRINK***

**SKRIPSI**

Oleh:

**TRI MEY DIANDONO**

**04.40.0185**



**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2009**

**PENGARUH *SUBLIMINAL ADVERTISING* TERHADAP  
MINAT MEMBELI *SOFT-DRINK***

**S K R I P S I**

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang  
untuk memenuhi sebagian syarat guna  
memperoleh derajat Sarjana Psikologi**

**Oleh:**

**TRI MEY DIANDONO**

**04.40.0185**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2009**

**Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi**  
**Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang**  
**dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna**  
**Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**

Pada Tanggal

15 Juli 2009

Mengesahkan  
Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Soegijapranata  
Dekan

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

**Dewan Penguji**

**Tanda Tangan**

1. Drs. Sumbodo Prabowo, M.Si \_\_\_\_\_

2. Dra. Lucia Hernawati, MS \_\_\_\_\_

3. Drs. Haryo Goeritno, M.Si \_\_\_\_\_

## PERSEMBAHAN



*Karya ini penulis persembahkan untuk*

*Keluargaku: Bapak, Ibu, Mbak Oktin, Mas Teguh, Vembi*

*Bangsa dan Negaraku*

## MOTTO



*... jadilah lilin terang untuk dunia ...*

*... dengan bebas dan bertanggungjawab ...*

## Ucapan Terima Kasih

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang telah diberikan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Th. Dewi Setyorini, S.Psi, MSi. selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
2. Bapak Drs. Haryo Goeritno, MSi. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan kesabarannya dalam membimbing penulis menyusun skripsi.
3. Ibu Lucia Trisni Widyastuti, S.Psi, MSi. selaku Dosen Wali yang telah menyertai penulis selama kuliah serta telah memberikan banyak pengetahuan dan pengalaman baru.
4. Bapak Thomas Budi Santoso, Ed.D. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
5. Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang angkatan 2005, atas bantuan dan kerjasama selama penulis melakukan penelitian.
6. Seluruh staf Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, Mbak Ike, Mbak Tatik, Mas Supri, Mbak Retno, Mas Gandhi, Mas Inang, Mas Jimin yang telah banyak membantu dalam urusan administrasi selama penulis menyusun skripsi serta kerjasamanya selama penulis menempuh kuliah.

7. Orang tuaku, Bapak Silvester Sutikno dan Ibu Priska Estilah Rahayu tercinta, atas segala doa, kasih sayang, pengorbanan, pendidikan, nasehat, kebijaksanaan, senyum, dukungan, perlindungan, dan kehangatan yang sangat berarti dan tiada tara bagi penulis. Terima kasih banyak.
8. Saudaraku: Angela Oktin Sulisty Wahyuni, Filipus Neri Teguh Mailani, Albertus Novembi Andriano atas persaudaraan yang membuat kita tumbuh semakin dewasa dari waktu ke waktu.
9. Synthia Christin Widjaja yang pernah mengisi hidupku dengan cinta dan kasih yang membuat penulis semakin dewasa dan tangguh. Cinta dan kasihmu telah membuat penulis bertujuan hidup dan mengembangkan diri dengan wawasan yang lebih luas. Tanpamu, penulis tidak akan pernah menjadi sehebat ini.
10. Sahabat-sahabat perjuanganku: Paskalis, Geenonx, Tomo, S'max, Devi, Bima, Pram, Mita Ayu, Engkong, Bintang, Ekky, Imron, Combade, Icaq, Raf Cendy, Cecep, Kangpex, Soyeng, Lemot, Edu, Wike, Bintoro, Grandonx, Dewo, Bayu Bule, Jojo, Bayu Dokter, Dina Dudul, Didut, Eka, Antie, Putri, Windy, Ratih, Dian, Erlina, Vina. Terima kasih atas pendewasaan setiap detik. Tetaplah semangat kawan, mari kita menyongsong hari esok dengan ceria.
11. Semua pihak yang turut membantu namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga apa yang telah tertuang dalam karya ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Semarang, Mei 2009

Penulis

## ABSTRAKSI

Maraknya jenis produk *soft-drink* di pasar Indonesia saat ini menuntut pemasar produk *soft-drink* untuk berlomba-lomba menarik minat membeli konsumen terhadap *soft-drink*. Komunikasi pemasaran pun dilakukan dengan berbagai bentuk, salah satunya adalah dengan iklan yang dapat meningkatkan minat membeli *soft-drink*. Ada berbagai macam bentuk dan teknik periklanan, salah satunya adalah *subliminal advertising*. *Subliminal advertising* adalah suatu bentuk iklan yang di dalamnya mengandung pesan atau rangsangan-rangsangan yang didesain untuk menembus ke bawah batas kesadaran persepsi pancaindera manusia dan sulit untuk dikenali oleh pikiran sadar manusia. Untuk menguji pengaruh *subliminal advertising* terhadap minat membeli *soft-drink*, peneliti melakukan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksperimen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *subliminal advertising* terhadap minat membeli *soft-drink*. Besarnya minat membeli *soft-drink* diukur menggunakan skala minat membeli *soft-drink*. Hipotesis yang diajukan adalah ada perbedaan minat membeli *soft-drink* antara sebelum diberikan perlakuan (*subliminal advertising*) dengan setelah diberikan perlakuan. Minat membeli *soft-drink* setelah diberikan perlakuan lebih tinggi dibandingkan dengan minat membeli konsumen sebelum diberikan perlakuan. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa aktif angkatan 2005 Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Teknik sampling yang digunakan yaitu *Random Sampling*. Untuk menguji hasil penelitian menggunakan analisis statistik *Paired Samples T-test*. Desain eksperimen yang digunakan adalah *one group pretest-posttest design*. Hasil analisa data menunjukkan nilai  $t = 3,227$  dengan  $p = 0,002$  ( $p < 0,01$ ),  $\bar{x}_{posttest} = 47,42$ , serta  $\bar{x}_{pretest} = 49,79$  sehingga hipotesis alternatif diterima, yaitu ada perbedaan minat membeli *soft-drink* yang sangat signifikan antara sebelum diberikan *subliminal advertising* (*pretest*) dengan setelah diberikan *subliminal advertising* (*posttest*). Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *subliminal advertising* terhadap minat membeli *soft-drink*. *Subliminal advertising* meningkatkan minat membeli *soft-drink*.

**Kata Kunci:** Minat Membeli, *Soft-drink*, *Subliminal Advertising*.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
ABSTRAKSI .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR BAGAN .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Tujuan Penelitian .....	7
C. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	9
1. Pengertian Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	9
2. Faktor-faktor Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	12
3. Aspek-aspek Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	20

B. <i>Subliminal Advertising</i> .....	23
1. Pengertian <i>Subliminal Advertising</i> .....	23
2. Bentuk-bentuk <i>Subliminal Advertising</i> .....	24
C. Hubungan Antara Minat Membeli <i>Soft-drink</i> Dengan <i>Subliminal Advertising</i> .....	26
D. Hipotesis .....	33

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian yang Digunakan .....	34
B. Identifikasi Variabel Penelitian .....	34
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	35
D. Subjek Penelitian .....	35
1. Populasi .....	35
2. Teknik Pengambilan Sampel .....	36
E. Desain Eksperimen .....	37
F. Prosedur Eksperimen .....	38
G. Metode Pengumpulan Data .....	38
H. Uji Coba Alat Ukur .....	40
1. Validitas Alat Ukur .....	40
2. Reliabilitas Alat Ukur .....	41
I. Metode Analisis Data .....	43

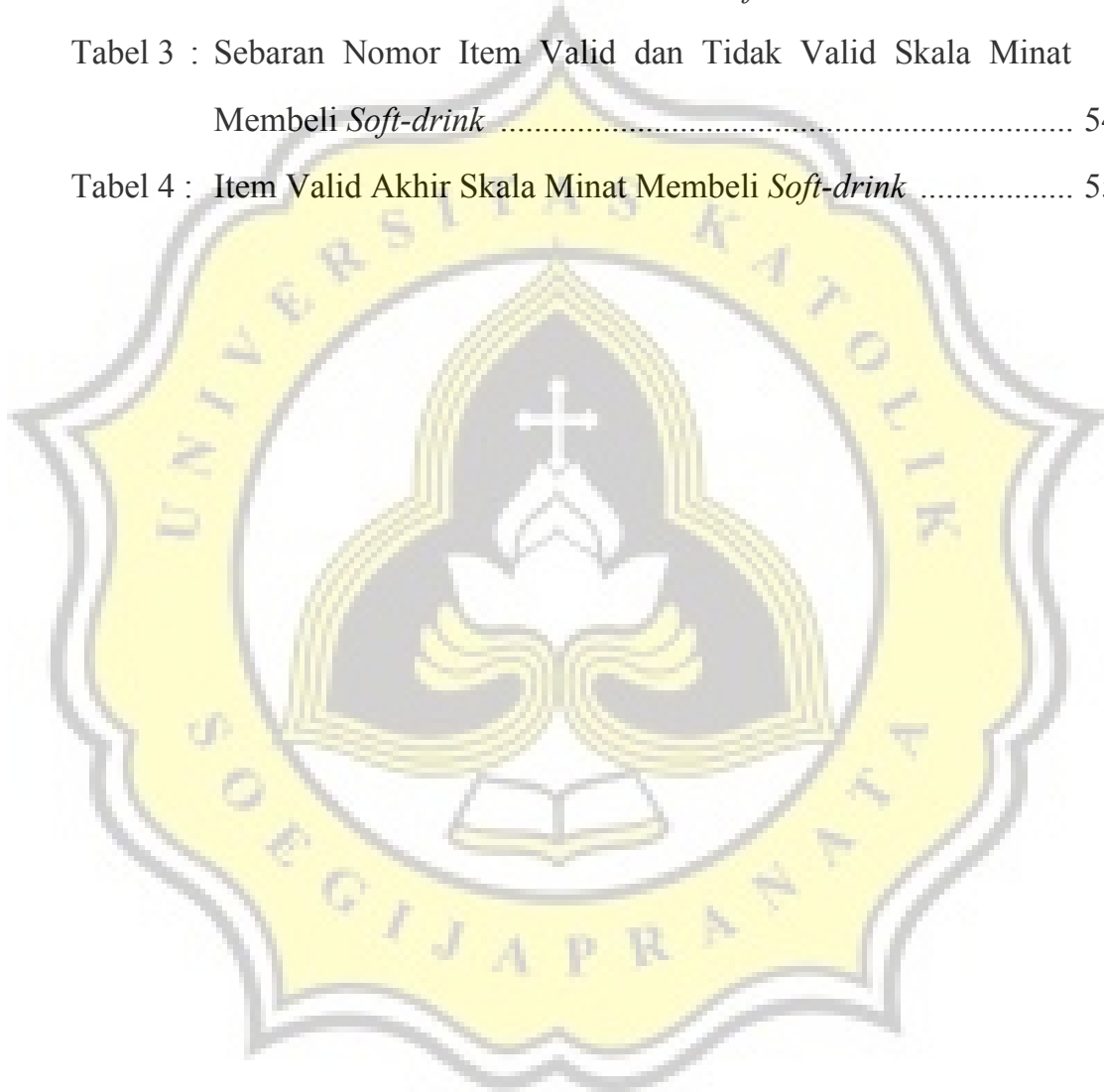
### BAB IV PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN

A. Orientasi Kanchah Penelitian .....	44
---------------------------------------	----

B. Persiapan Penelitian .....	46
1. Penentuan Bentuk <i>Subliminal Advertising</i> yang digunakan ....	46
2. Penentuan Media Film yang digunakan .....	46
3. Pembuatan Alat Eksperimen .....	47
4. Penyusunan Alat Ukur .....	48
5. Persiapan Perijinan Penelitian dan Administrasi .....	49
6. Penentuan Subjek Penelitian .....	50
7. Pengaturan pelaksanaan eksperimen .....	50
C. Pelaksanaan Penelitian .....	51
D. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	53
 <b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	56
1. Uji Asumsi .....	56
a. Uji Normalitas .....	56
2. Uji Hipotesis .....	57
B. Pembahasan .....	58
 <b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran .....	65
 DAFTAR PUSTAKA .....	 67
 LAMPIRAN .....	 70

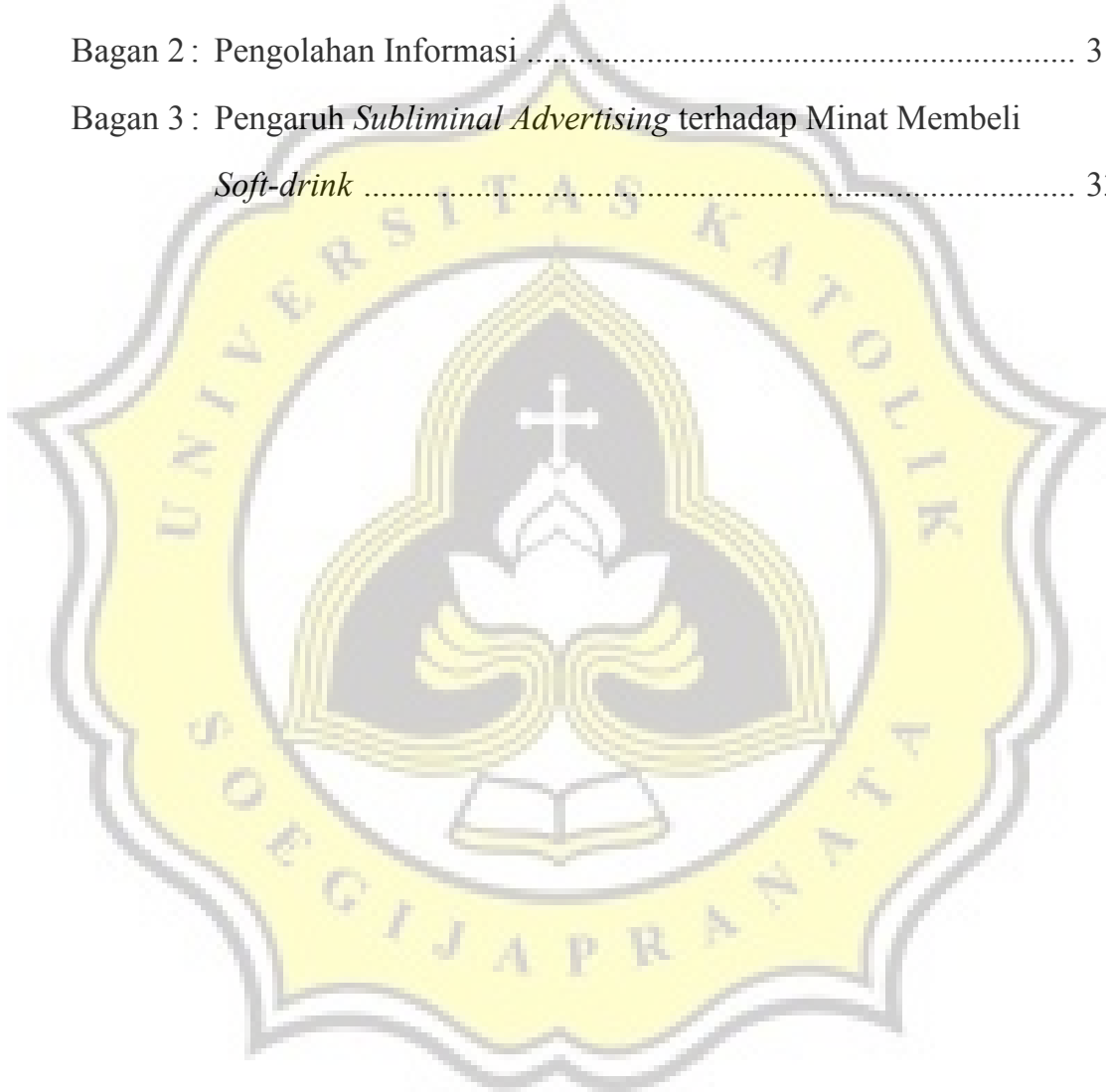
## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : <i>Blueprint</i> Skala Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	40
Tabel 2 : Sebaran Item Skala Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	49
Tabel 3 : Sebaran Nomor Item Valid dan Tidak Valid Skala Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	54
Tabel 4 : Item Valid Akhir Skala Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	55



## DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 1 : Perolehan Informasi Eksternal Dalam Pengambilan Keputusan	
Konsumen .....	31
Bagan 2 : Pengolahan Informasi .....	31
Bagan 3 : Pengaruh <i>Subliminal Advertising</i> terhadap Minat Membeli	
<i>Soft-drink</i> .....	33



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A : Skala Penelitian .....	71
A – 1 Skala Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	72
Lampiran B : Data Kasar .....	75
B – 1 Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	76
Lampiran C : Uji Validitas dan Reliabilitas .....	78
C – 1 Validitas Skala Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	79
C – 2 Reliabilitas Skala Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	84
Lampiran D : Data Penelitian .....	86
D – 1 Data <i>Pretest</i> Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	87
D – 2 Data <i>Posttest</i> Minat Membeli <i>Soft-drink</i> .....	90
Lampiran E : Uji Asumsi .....	93
E – 1 Uji Normalitas .....	94
Lampiran F : Uji Hipotesis .....	95
Lampiran G : Kontrol Eksperimen .....	97
Lampiran H : Surat Ijin Penelitian .....	100
Lampiran I : Surat Bukti Penelitian .....	104