

183
Bag
P

**PERBEDAAN PENGARUH MODEL IKLAN EROTIK
DAN TIDAK EROTIK TERHADAP MINAT
MEMBELI JAM TANGAN PADA
KAUM PRIA DEWASA AWAL**

SKRIPSI

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

OLEH

TRISUNU BAGYOSUPRIYANTO

84/84.6.111 08000 50046/PS/067

PERPUSTAKAAN			
No. INV.	216	/ p	/ e1
No. PEN.			
PARAP.	+ wanie TGL 22.08.95		

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1994**

Dipertahankan di depan panitia ujian skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata
dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian
Dari Syarat-syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Psikologi

Pada Tanggal :

05 JUL 1995

Mengesahkan,
Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata
Dekan,



[Signature]
Drs. Y. Bagus Wismanto, MS

Dewan Penguji :

1. Drs. Y. Bagus Wismanto, MS

2. Drs. ML. Oetomo

3. Drs. Rasimin BS, MA

4. Drs. Soeramto, SU

Tanda tangan

[Signature]

[Signature]

[Signature]

[Signature]



*Fighting With Another Makes War But
Struggling With One's Self Bring
Peace.*

UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT berkat karunia-Nya serta rahmat-Nya dari mulai hingga skripsi ini berhasil disusun, berbagai hambatan dan tantangan penulis temukan selama penyusunan skripsi ini.

Namun berkat rahmat-Nya, ketekunan, doa dan usaha serta bantuan tak ternilai dari berbagai pihak akhirnya tugas ini dapat terselesaikan.

Untuk itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan dengan tulus ikhlas penulis sampaikan penghargaan dan terimakasih yang mendalam kepada :

1. Yang terhormat Drs. Bagus Wismanto, MS selaku dekan Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata.
2. Yang terhormat Drs. Rasimin BS, MA selaku pembimbing utama, yang dengan penuh perhatian telah memberikan bimbingan kepada penulis diantara kesibukan beliau.
3. Yang terhormat Drs. Sumbodo Prabowo, selaku pembimbing kedua, dan atas bimbingan serta dorongan yang diberikan selama penyusunan skripsi.
4. Ketua RW 28 Ir. Soewarno, ketua RW 29 Drs. Jayari, ketua RW 33 Drs. Soetio, dan RW 38 Bapak

Sumawan Iskak beserta Bapak-Bapak dan segenap warga Perumnas Tlogosari yang termasuk wilayah Desa Muktiharjo Semarang yang telah bersedia memberikan waktunya untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner untuk skripsi ini.

5. Yang terhormat Drs.Edi W, Drs.Yoseph W, Drs.Budi, beserta segenap dosen Fakultas Psikologi Unika yang lain.

6. Yang terhormat kepada kedua orang tuaku yang dengan sabar turut memacu terselesaikannya karya ini.

7. Kepada rekan-rekanku Drs.Bono, Trisnadi, Darmin, Didik, Agus, Kokok, Yogo, serta Henny, Evy PA,SH.

8. Tak lupa, kami juga mengucapkan terimakasih kepada seluruh karyawan perpustakaan Unika yang telah membantu kami dalam mencarikan buku-buku.

Semoga bantuan dari Bapak, Ibu, dan saudara-saudara sekalian dapat lebih berguna bagi penulis demi masa depan dan kiranya Allah meridhoi usaha kita bersama.

Amien.

Penulis

DAFTAR ISI

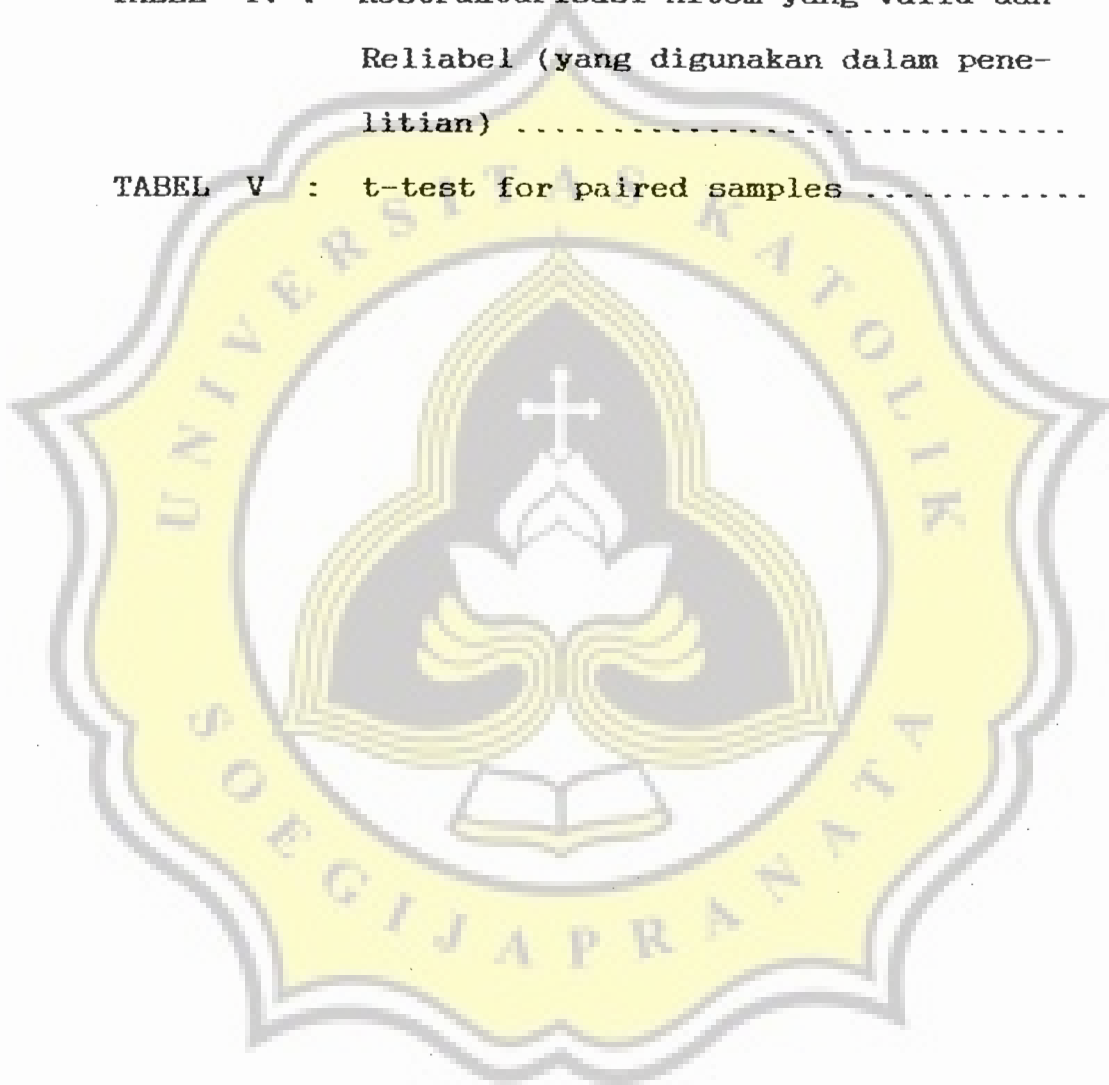
	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Motto	iii
Halaman Persembahan	iv
Halaman Terima Kasih	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	9
C. Manfaat Penelitian	10
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Minat Membeli	11
1. Pengertian Minat	12
2. Perkembangan Minat	13
3. Jenis-jenis Minat	14
4. Pengertian Membeli	16
5. Minat Membeli	19
6. Faktor-faktor yang mempengaruhi ter- bentuknya minat membeli	21
B. Perilaku Konsumen	24
1. Konsumen	24
2. Konsumen Laki-laki Dewasa Awal	25

C. Iklan dan Bentuknya	28
1. Strategi Pemasaran	30
2. Kegiatan Promosi	31
3. Periklanan dan Prinsip - prinsip Iklan	33
a. Pengertian Iklan	34
b. Teori-teori Iklan	35
c. Manfaat dan Pengaruh Iklan	37
d. Bentuk dan Media Iklan yang digunakan	40
e. Iklan Erotik dan tidak Erotik ...	41
D. Pengaruh Model Iklan Erotik dan tidak Erotik terhadap minat membeli Pria Dewasa awal.....	44
E. Hipotesis	45
BAB III : METODE PENELITIAN	46
A. Identifikasi Ubahan Penelitian	46
B. Definisi Operasional Ubahan Penelitian	47
C. Metode Pengumpulan Data	48
1. Metode Kuesioner	48
2. Penyusunan Angket Minat Membeli	52
3. Validitas dan Reliabilitas	53
a. Validitas	53
b. Reliabilitas	54
D. Populasi dan Teknik Pengambilan sampel.	55
E. Analisa Data	56

BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	60
A. Orientasi Kacah dan Persiapan	60
1. Orientasi Kacah dan Penelitian ...	60
2. Persiapan Penelitian	60
B. Pelaksanaan Uji Coba	62
C. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas	
Alat Ukur	63
1. Validitas Alat Ukur	63
2. Reliabilitas Alat Ukur	65
D. Pelaksanaan Penelitian	65
E. Pembahasan	66
BAB V : PENUTUP	68
A. Kesimpulan	68
C. Saran-saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

TABEL I	: Rancangan Treatment by Subject Design.	58
TABEL II	: Penyebaran Aitem	62
TABEL III	: Penyebaran Aitem yang Valid	64
TABEL IV	: Restrukturisasi Aitem yang Valid dan Reliabel (yang digunakan dalam penelitian)	64
TABEL V	: t-test for paired samples	66



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A : Gambar Erotik dan Tidak Erotik	73
LAMPIRAN B : Angket Minat Membeli	75
LAMPIRAN C : Angket yang digunakan dala penelitian (yang valid dan reliabel)	82
LAMPIRAN D : Data Erotik dan Tidak Erotik	89
LAMPIRAN E : Validitas Reliabilitas Angket Minat Membeli	111
LAMPIRAN F : Hasil Uji Normalitas	118
LAMPIRAN F : Hasil Analisis Data	122
LAMPIRAN G : Surat Ijin Penelitian	123

