

TIDAK BOLEH
DIFOTOKOPY

141

PERBEDAAN DAYA TARIK MODEL IKLAN TERHADAP MINAT MEMBELI KONSUMEN

153
hid
p



UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA	
147 / P / C I	
16.9.7.94	

RENY INDRASWARI
87/6.111.08000.50167/PS/438

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1993

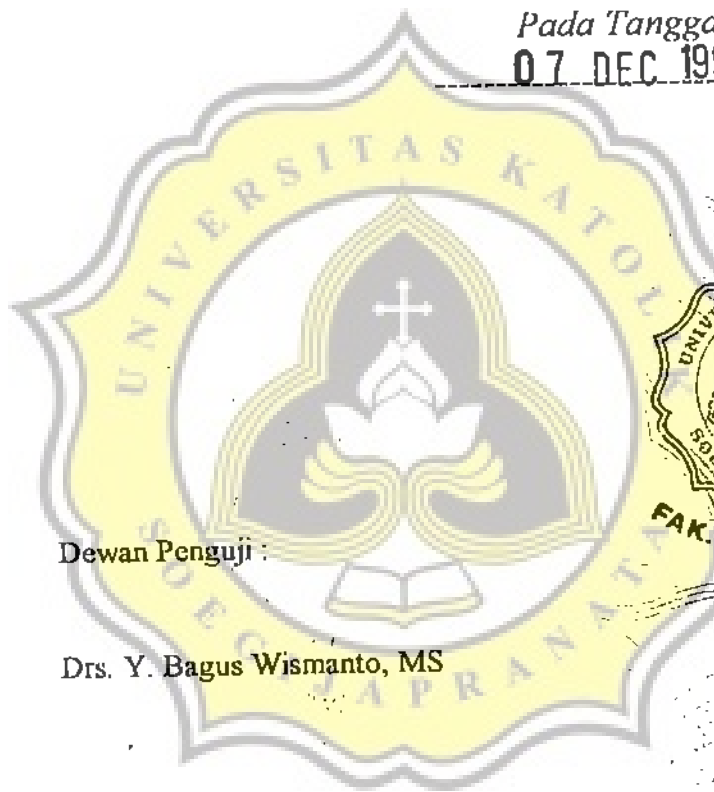
PERBEDAAN DAYA TARIK MODEL IKLAN
TERHADAP MINAT MEMBELI KONSUMEN



FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1993

*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
07 DEC 1993



Mengesahkan,
Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata

Dekan,
Bagus Wismanto, MS

Dewan Penguji :

Drs. Y. Bagus Wismanto, MS

Drs. Soeranto, SU

Drs. M.L. Oclomo

Drs. Rasimin BS, MA





Karya kecil ini kupersembahkan untuk:

- Almarhum Ayahandaku tercinta (ananda telah melaksanakan amanatmu, semoga Papa bahagia)
- Mama tercinta
- Ir. Ahmad Zuhraidi terkasih

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih atas segala rahmat dan hidayah-Nya akhirnya skripsi ini berhasil terselesaikan. Walaupun masih terdapat banyak kendala dan rintangan dalam proses penulisannya akan tetapi berkat bimbingan, petunjuk serta dorongan berbagai pihak semuanya dapat teratasi.

Melalui kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan tulus perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih yang tiada terhingga kepada :

1. Bapak Drs. Y. Bagus Wismanto, MS., selaku Dekan Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata Semarang yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian di Fakultas Psikologi.

2. Bapak Drs. Suranto, SU., selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, petunjuk dengan penuh perhatian dan kesabaran dalam proses penulisan skripsi sampai dengan terselesaikannya.

3. Bapak Drs. Budi Susetyo, selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membantu dengan penuh ketulusan mulai dari awal penulisan hingga akhirnya.

4. Bapak Drs. ML. Oetomo, selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan dan dorongan moril selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata.

5. Bapak Prof. Slamet Rahardjo, Drs. Eddy Widiatmadi dan Dra. Emiliana Primastuti atas ijin dan pengertiannya

menyisakan sebagian waktu di perkuliahan untuk memberi kesempatan pada penulis melaksanakan penelitian.

6. Seluruh dosen di Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata yang membekali penulis dengan pengetahuan-pengetahuan khususnya tentang psikologi, sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini.

7. Seluruh staf perpustakaan Unika Soegijapranata Semarang yang membantu dalam kelancaran peminjaman buku-buku, serta tak lupa kepada seluruh staf tata usaha Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata yang telah membantu dalam pengurusan surat ijin penelitian dan pengaturan tempat penelitian.

8. Pak Adenk, Pak Djoko, Mami Probo, atas segala bantuan, perhatian dan yang tak bosan-bosannya mendengarkan keluh kesah penulis dengan penuh kesabaran.

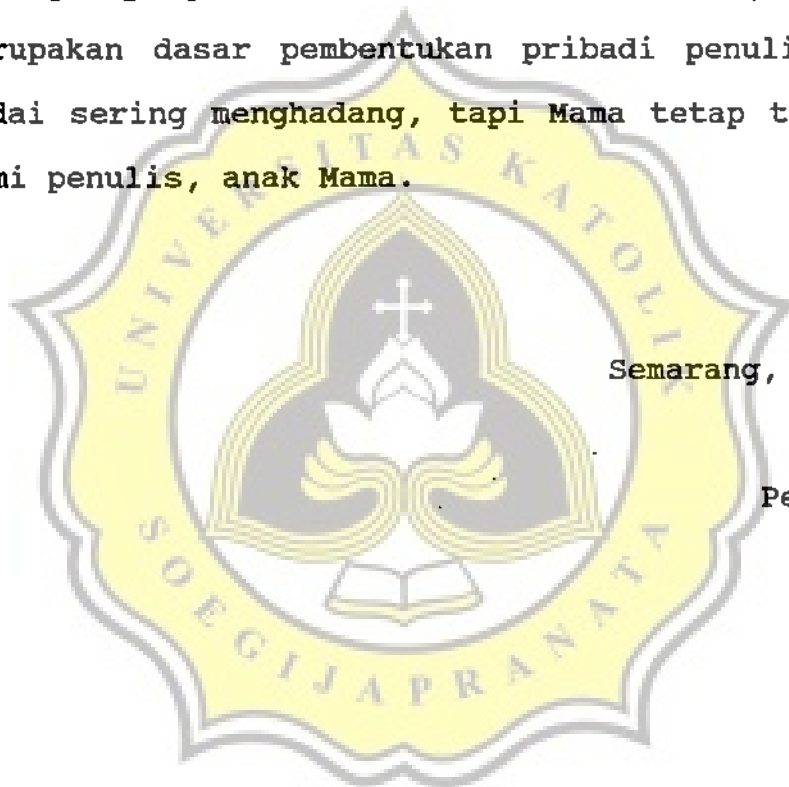
9. Teman-teman terbaikku: Lusy, Cicil, Ima, Ista, yang mau meluangkan waktu membantu proses pelaksanaan penelitian dari awal sampai selesai.

10. Teman-teman di Fakultas Psikologi yang bersedia meluangkan waktu dan menyediakan diri menjadi subjek dalam penelitian ini. Juga kepada Kris, Vivi, Awan, Tenny, Hartono, yang banyak memberikan masukan-masukan untuk skripsi ini.

Akhirnya, kepada orang-orang yang penulis sayangi: dik Anto, Ari, Wawan, Ani, Om Tom, Tante Tom, Mbak Yanti,

Mas Bambang, serta Mas Dadik; terima kasih atas segala doa dan dukungannya sehingga penulis terpacu untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Terutama untuk Mama, tulisan ini akan penulis berikan sebagai rasa kagum dan salut atas didikan dan kasih sayang yang selama ini Mama berikan, yang kesemuanya merupakan dasar pembentukan pribadi penulis. Walaupun badai sering menghadang, tapi Mama tetap tegar dan kuat demi penulis, anak Mama.



Semarang, Oktober 1993

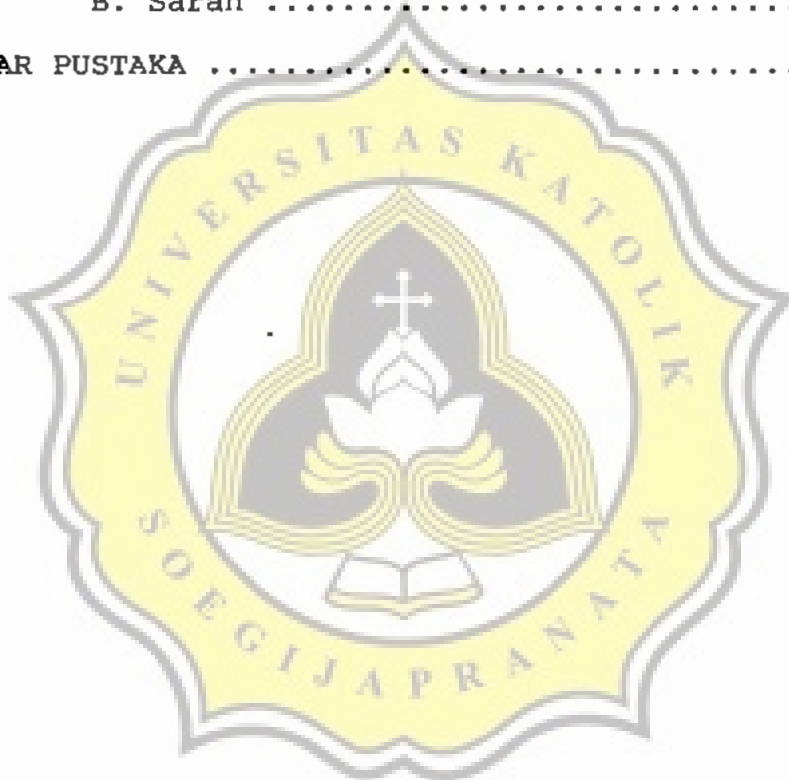
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
PRAKATA	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	7
C. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Minat Membeli	9
1. Pengertian minat membeli	9
2. Aspek-aspek dalam mengukur minat membeli	13
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli	14
B. Model Iklan	21
1. Pengertian model iklan	21
2. Daya tarik model iklan	22
3. Karakteristik model iklan	24
4. Macam-macam model iklan	26
C. Tahap Perkembangan Dewasa Awal	29

D. Perbedaan Minat Membeli Antara Konsumen Pria dan Konsumen Wanita ..	33
E. Pengaruh Model Iklan Terhadap Minat Membeli	34
F. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi Variabel Penelitian	40
B. Definisi Operasional Variabel Peneli- tian	40
C. Populasi	42
D. Sampel	43
E. Metode Pengumpulan Data	44
F. Validitas	47
G. Reliabilitas	48
H. Desain Eksperimen	49
I. Analisis Data	51
BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	
A. Orientasi Kancha dan Persiapan	52
1. Kancha penelitian	52
2. Persiapan penelitian	53
a. Persiapan perijinan	53
b. Penentuan subjek penelitian ...	53
c. Penentuan produk yang diiklan- kan	55
d. Penentuan model-model iklan ...	56
e. Pembuatan slide	57
f. Uji coba alat ukur	57

g. Tahap pengaturan tempat penelitian eksperimen	58
B. Pelaksanaan Penelitian	59
C. Hasil Penelitian	64
D. Pembahasan	65
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	69
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Rancangan Alat Ukur Minat Membeli	46
Tabel 2 : Tebaran Aitem Angket Minat Membeli ...	47
Tabel 3 : Desain Eksperimen	51
Tabel 4 : Hasil Penentuan Model Iklan	56
Tabel 5 : Aitem Valid Angket Minat Membeli	58
Tabel 6 : Tebaran Aitem Baru Angket Minat Membeli	58
Tabel 7 : Rangkuman Analisis Varians Satu Jalur	65
Tabel 8 : Mean Seluruh Populasi dan Setiap Kelompok	65
Tabel 9 : Hasil Uji t Antar Kelompok	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Angket Uji Coba	77
1. Angket Produk	78
2. Angket Model	80
3. Angket Minat Membeli	86
B. Nilai Kasar Angket Uji Coba	90
C. Analisis Validitas Angket Minat Membeli	94
D. Analisis Reliabilitas Angket Minat Membeli ..	99
E. Angket Penelitian	
1. Angket Minat Membeli	102
2. Gambar Model	107
F. Tabel Data Penelitian	111
G. Uji Normalitas dan Homogenitas	124
H. Hasil Perhitungan Anava A	127
I. Hasil Perhitungan Uji t	129
J. Surat Permohonan Ijin Penelitian	131
K. Surat Bukti Penelitian	133

