

PSI

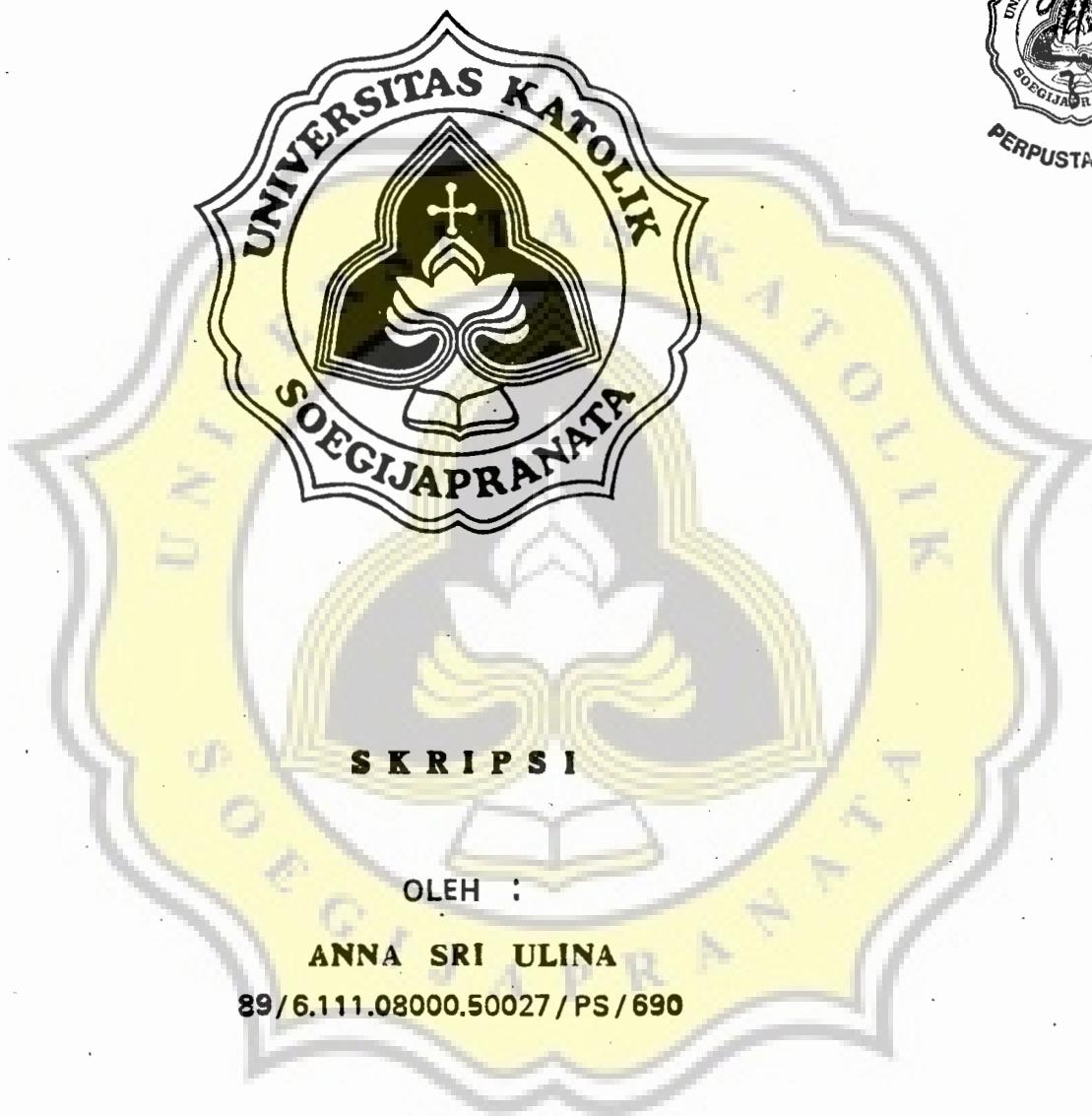
158

SFI

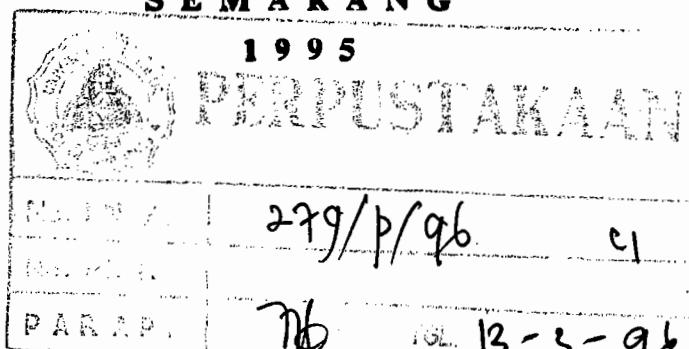
P 95



PERBEDAAN EFEKTIFITAS IKLAN MELALUI MEDIA SURAT KABAR DAN RADIO TERHADAP MINAT MEMBELI KONSUMEN



FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG



**PERBEDAAN EFEKTIFITAS IKLAN MELALUI MEDIA
SURAT KABAR DAN RADIO TERHADAP
MINAT MEMBELI KONSUMEN**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas
Katolik Soegijapranata Untuk Memenuhi Sebagian**

Dari Syarat-syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana Psikologi

OLEH:

ANNA SRI ULINA

89/6.111.08000.50027/PS/690

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

1995

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

Pada Tanggal :

Mengesahkan,

Fakultas Psikologi

Universitas Katolik Soegijapranata

Dekan,

(Drs. Y. Bagus Wismanto, MS.)

Dewan Pengaji :

1. Drs. M.L Oetomo

2. Drs. Soeramto, SU

3. Drs. Eddy Hendrarno, SU

Motto :

Bila kau tak bisa jadi
pinus di puncak bukit,
Jadilah perdu di dasar lembah

jadi perdu kecil terbaik
di dasar sungai

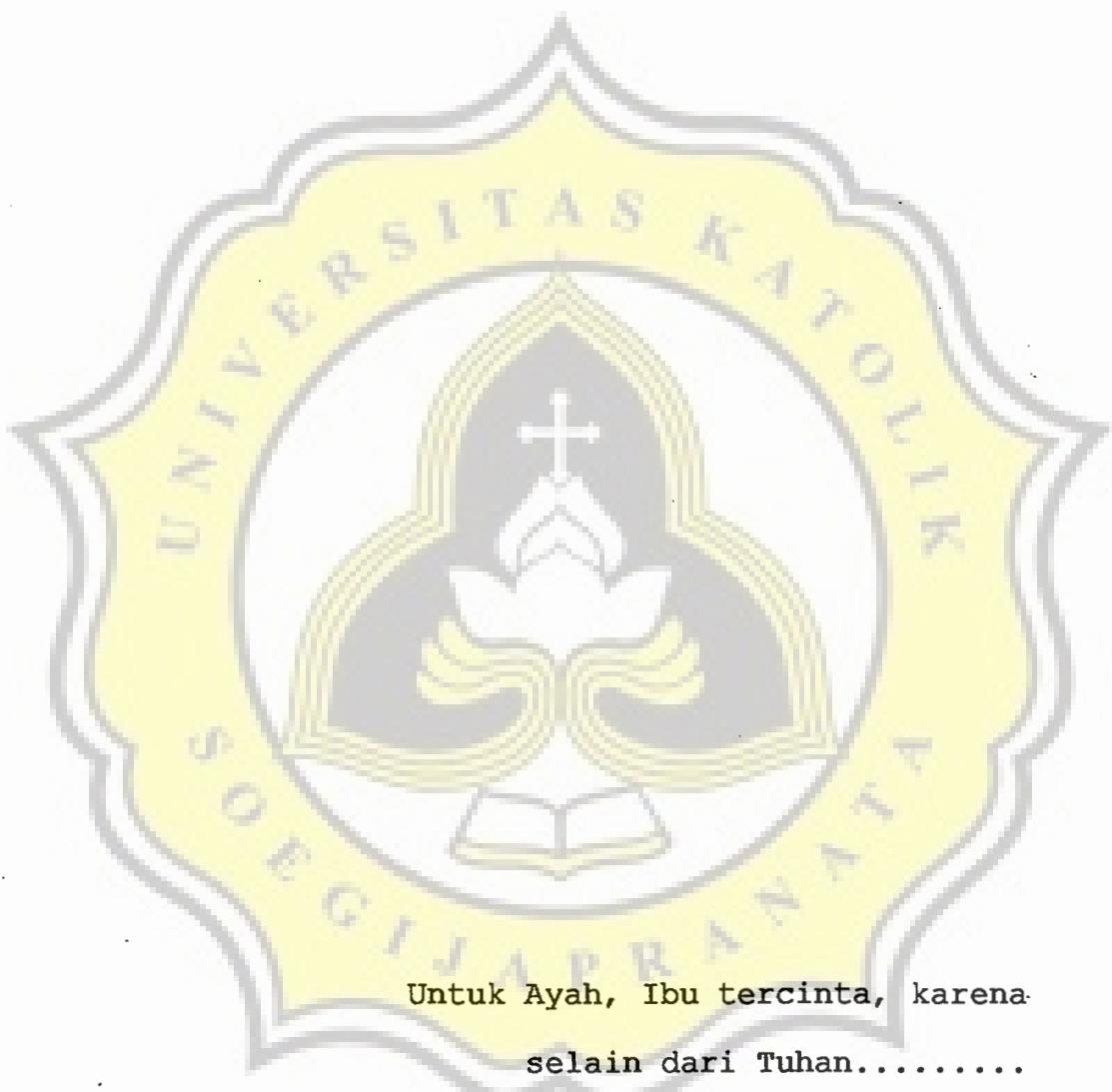
Jadilah semak
kalau kau tak bisa jadi pohon

Bila kau tak bisa jadi jalan raya,
cukuplah jadi jalan setapak.....
Bila kau tak bisa jadi matahari,
jadilah bintang

Karena bukan ukuran yang menentukanmu
"Kalah atau Menang"
Jadilah yang "terbaik"
Apapun yang kau lakukan

Douglas Malloch





Untuk Ayah, Ibu tercinta, karena
selain dari Tuhan.....

Kasih sayang, kebijaksanaan, keteduhan, dan
rasa aman, kekuatan, serta ketulusan.....
selalu ananda peroleh darimu
di sepanjang perjalanan hidup ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan segala puji syukur penulis memanjatkan terima kasih ke hadirat Tuhan Yang Maha Pengasih, karena atas berkat dan bimbingan kasihNya, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Berbagai rintangan dan tantangan penulis hadapi selama proses penyusunan skripsi ini, tetapi berkat bimbingan petunjuk serta dorongan dari berbagai pihak maka semuanya dapat teratasi.

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

1. Yang terhormat Bapak Drs. Y. Bagus Wismanto, MS selaku Dekan Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata.
2. Yang terhormat Bapak Drs. Suramto, SU selaku dosen pembimbing utama, yang telah bersedia meluangkan waktu serta dengan penuh perhatian dan kesabaran memberikan bimbingan, kritik dan saran, serta dorongan semangat mulai dari awal penulisan sampai skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Drs. Sumbodo Prabowo, selaku dosen pembimbing pendamping penulis yang telah membimbing dan membantu penulis dari awal penulisan skripsi sampai selesai.

4. Bapak Drs. M.L. Oetomo selaku dosen yang banyak memberikan gambaran tentang profesi psikolog, tantangannya di masa depan dan secara tidak langsung meyakinkan penulis bahwa profesi ini sungguh suatu profesi yang sulit tetapi menyenangkan jika penulis mau mempelajarinya.
5. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata Semarang yang telah memberi bekal kepada penulis dengan berbagai bidang ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan dunia psikologi dan ini banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh staf Tata Usaha Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata Semarang dan seluruh staf Perpustakaan Unika Soegijapranata yang banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi.
7. Ibu Dra. Sr. Paulo, selaku direktur ASM Santa Maria Semarang yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian di ASM Santa Maria Semarang.
8. Bapak Drs. Suryo Wardhana, selaku PADA I ASM Santa Maria Semarang yang telah bersedia meluangkan waktu bagi penulis mulai dari awal hingga berakhirnya penelitian penulis di ASM Santa Maria Semarang.

9. Bapak/Ibu Soebatoem, teman-teman sekost, Oom dan Tante Kembaren, Ira, atas segala perhatian dan dorongan yang diberikan.
10. Teman-teman terbaikku, Diatri, Erry, Ninuk, Lucky, Nucky, Ugiek, Mung, Mayas, Iwul, Nana, Dian, dan yang teristimew Mas Tenor Biastono atas segala perhatian, dorongan dan bantuan yang diberikan serta teman-teman "seperjuangan" penulis, Wina (si Padang centil), Mei, Oni, Ika, Lina, dan Ana.
11. Rekan-rekan di ASM Santa Maria Smeearang, yang telah meluangkan waktu dan menyediakan diri menjadi subyek dalam penelitian ini.

Akhirnya, kepada orang-orang yang penulis sayangi sepenuh hati : Papa/Mama, Kak Rita, Kak Her, Bang Fir, Bang Robin, Bang Agus, Bang Robert, Bang Kerin, Kak Sin, Mia, Rio, Christy, Ella, Yosua, Chikita, dan Maulana, terima kasih untuk segala kasih sayang, doa, perhatian dan dukungannya sehingga penulis terpacu dan bersemangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap semoga karya sederhana ini memberi manfaat bagi kita semua.

Semarang, April 1995

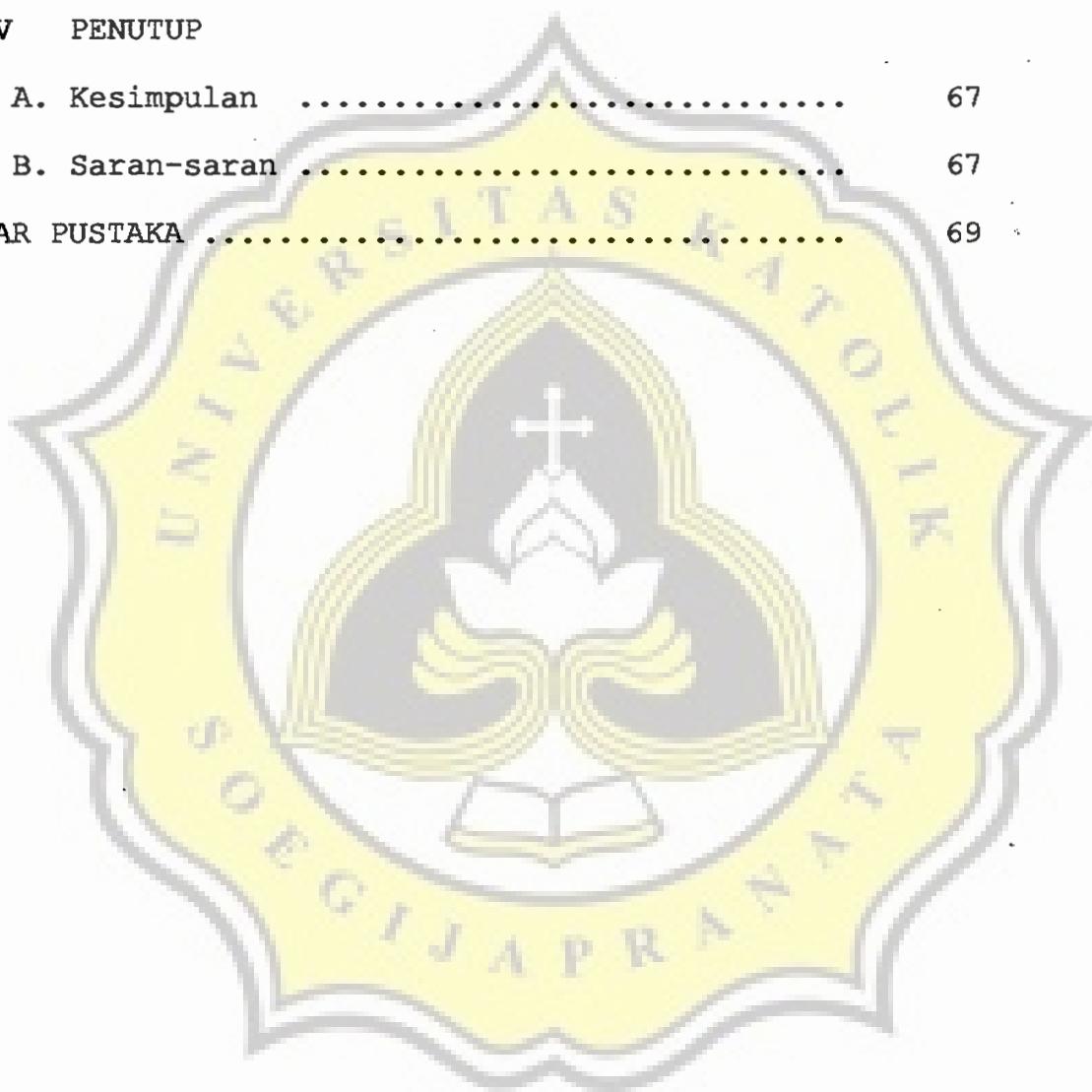
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	6
C. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Minat Membeli	7
1. Pengertian Minat	7
2. Pengertian Minat Membeli	10
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Membeli	12
4. Aspek Dalam Mengukur Minat Membeli	16
B. Periklanan	18
1. Pengertian Iklan	18
2. Fungsi Iklan	20

	Halaman
3. Media Iklan	21
4. Karakteristik Media Iklan	24
C. Tahap Perkembangan Dewasa Awal	36
D. Pengaruh Media Iklan Terhadap Minat Membeli	40
E. Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi Variabel Penelitian	46
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.	47
C. Populasi dan Sampling	48
D. Metode Pengumpulan Data	49
E. Validitas dan Reliabilitas	50
F. Desain Eksperimen	53
G. Analisis Data	54
BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	
A. Orientasi Kancah dan Persiapan	55
1. Tempat penelitian	55
2. Persiapan Penelitian	56
a. Persiapan perijinan	56
b. Penentuan Subyek Penelitian ...	56
c. Penentuan produk yang diiklankan	57
d. Pembuatan iklan	57
e. Uji coba alat ukur	58
f. Pengaturan tempat penelitian..	59

	Halaman
B. Laporan Pelaksanaan Penelitian	60
C. Hasil Penelitian	63
D. Pembahasan	64
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	67
B. Saran-saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1	: Rancangan Alat Ukur Minat Membeli ...	58
Tabel 2	: Tebaran Aitem Angket Minat Membeli ..	58
Tabel 3	: Aitem Valid Angket Minat Membeli	59
Tabel 4	: Tebaran Aitem Baru Angket Minat Membeli	59
Tabel 5	: Rangkuman Anava A	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
A Angket Uji Coba	73
(A - 1) Angket Produk	74
(A - 2) Angket Minat Membeli	75
B Nilai Kasar Angket Uji Coba	80
C Analisis Validitas dan Reliabilitas Angket Minat Membeli	82
(C - 1) Tabel Data	83
(C - 2) Perhitungan Validitas dan Reliabilitas	83
D Angket Penelitian	92
E Tabel Data Penelitian dan Analisis	96
(E - 1) Tabel Data Penelitian	97
(E - 2) Analisis Data Penelitian	102
F Iklan Media Surat Kabar	106
G Surat Ijin Peneltian	108