

Ps1
153.83
Ind.
P.
198

**PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK MEMBELI
DITINJAU DARI PERSEPSI TERHADAP
PENAMPILAN MODEL IKLAN
DI MAJALAH**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata Untuk Memenuhi
Sebagian dari Syarat-syarat guna Memperoleh
Derajat Sarjana Psikologi



Oleh :

ESTRI INDRESWARI
93/6.111.08000.50156/PS/1607

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

SEMARANG

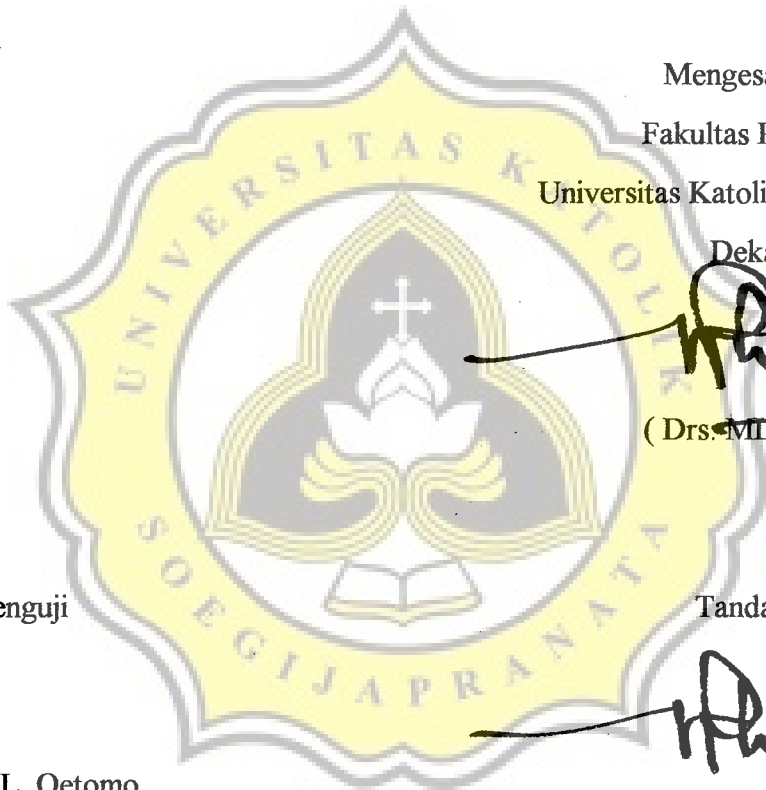
1998

PERPUSTAKAAN	
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA	
No. 111V	199 / P / 111V / 111V
Th. April	COM 98
	TOL. 31-8-1998

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

Pada Tanggal :

25 Juli 1998



Mengesahkan

Fakultas Psikologi

Universitas Katolik Soegijapranata

Dekan

M. Oetomo
(Drs. ML. Oetomo)

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Drs. ML. Oetomo

M. Oetomo

2. Drs. Soeramto, SU

Soeramto

3. Drs. George Hardjanto, MSi

George Hardjanto

** Berusahalah untuk kepentingan dunia kamu,
seolah-olah kamu akan hidup selama-lamanya.*

** Dan beramalah untuk akhiratmu,
seolah-olah kamu akan mati besok pagi.*

(Nabi Muhamad S.A.W)



Karya kecil ini kupersembahkan untuk :

- Kedua orang tuaku, yang telah memberikan doa dan dorongan selama penulis menyusun skripsi ini.

- (Alm.) Eyang Kakung dan (Alm.) Eyang Putri, cucunda telah meluksanakan amanatmu, semoga Eyang bahagia.

- Ade Chandra S.Komp, terkasih.

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang atas segala rahmat dan hidayahNya, 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 perkenankan penulis mengucapkan terima kasih yang tiada terhingga kepada :

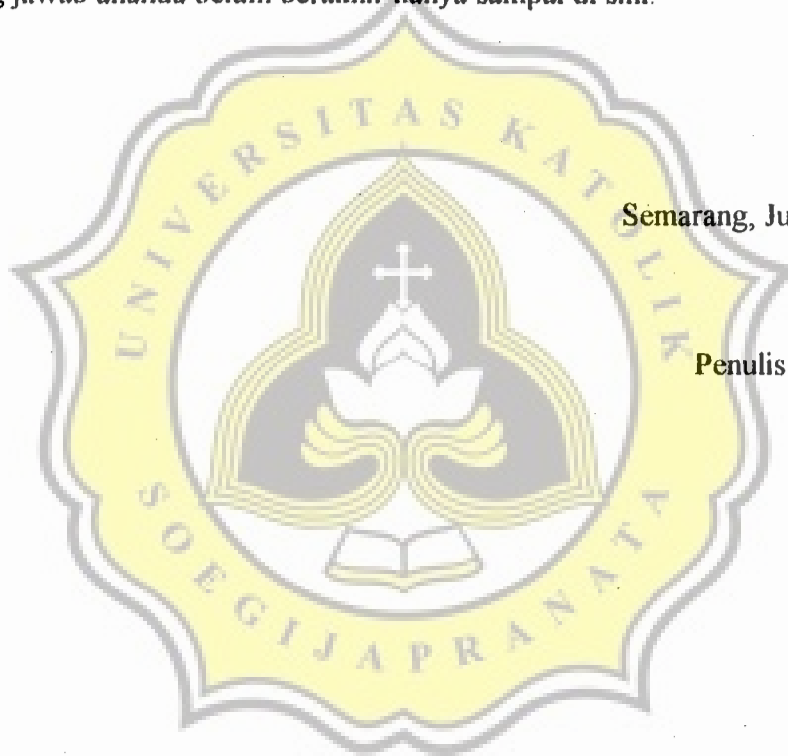
1. Bapak Drs. ML. Oetomo, selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. Soeramto, SU., selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, petunjuk dengan penuh perhatian dan kesabaran dalam proses penulisan skripsi sampai dengan terselesaikannya.
3. Ibu Dra. Mildawani, MA., selaku dosen pembimbing pendamping yang telah membantu dengan penuh ketulusan mulai dari awal penulisan hingga akhir penulisan.
4. Bapak Drs. Harsono dan Bapak Drs. Haryo Guritno, selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan dan dorongan moral selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
5. Bapak Drs. Y. Bagus Wismanto, MS., a.n Romo Rektor Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah berkenan memberikan ijin untuk mengadakan penelitian di Fakultas Ekonomi.

6. Ibu Komala Inggawati SE. MM., selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan ijin untuk mengadakan penelitian di Fakultas tersebut.
7. Bapak Drs. Piet Budiono, yang telah bersedia memberikan jam kuliahnya untuk pelaksanaan penelitian.
8. Segenap mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, khususnya angkatan 1994 dan 1995 yang telah bersedia mengisi angket.
9. Seluruh dosen di Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata yang membekali penulis dengan pengetahuan-pengetahuan khususnya tentang psikologi, sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini.
10. Seluruh staf pengajaran Fakultas Psikologi dan staf pengajaran Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu dalam segala urusan administrasi dan surat perijinan.
11. Seluruh staf perpustakaan Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang membantu kelancaran peninjauan buku-buku.
12. Teman-teman terbaikku : Esti, Rama, Alinda, Winti, Uci, Meirina, Insen, Dewi, Tutik, Yoyok dan Mas Agus yang banyak memberikan masukan-masukan untuk skripsi ini serta mau meluangkan waktu membantu proses pelaksanaan penelitian dari awal hingga akhir.
13. Semua rekan-rekan Fakultas Psikologi khususnya angkatan 1993 yang telah memberikan warna tersendiri bagi penulis.
14. Annie, Sisca, Leidina dan Yuyun atas segala bantuan, perhatian dan tak bosan-bosannya mendengarkan keluh kesah penulis dengan penuh kesabaran.

Akhirnya, kepada orang-orang yang penulis sayangi : dik Wawan, dik Menik serta mas Ade, terima kasih atas segala doa dan dukungannya sehingga penulis terpacu untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Terutama untuk Papa dan Mama, tulisan ini akan penulis berikan sebagai rasa kagum dan salut atas didikan dan kasih sayang yang selama ini Papa dan Mama berikan, yang kesemuanya merupakan dasar pembentukan pribadi penulis.

Tanggung jawab ananda belum berakhir hanya sampai di sini.



Semarang, Juli 1998

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I : ✓ PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Maksud dan Tujuan Penelitian	6
C. Manfaat Penelitian	6
BAB II : ✓ TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Pengambilan Keputusan Untuk Membeli	7
1. Pengertian Pengambilan Keputusan	7
2. Pengertian Membeli	9
3. Pengertian Pengambilan Keputusan Untuk Membeli	10
4. Aspek-aspek Pengambilan Keputusan	12
5. Proses Pengambilan Keputusan Untuk Membeli	13
6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan	14

B. Persepsi Terhadap Penampilan Model Iklan Di Majalah	18
1. Perngertian Iklan	18
a. Fungsi dan tujuan iklan	20
b. Pengertian model iklan	20
c. Daya tarik model iklan	21
d. Macam-macam model iklan	22
2. Pengertian Persepsi	24
3. Pengertian Persepsi Terhadap Penampilan Model Iklan Di Majalah	25
4. Aspek-aspek Terhadap Penampilan Model Iklan Di Majalah	26
5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi	28
✓ C. Status Sosial Ekonomi	29
1. Pengertian Status Sosial Ekonomi	29
2. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Membeli	31
✓ D. Hubungan Antara Pengambilan Keputusan Untuk Membeli Pada Wanita Ditinjau Dari Persepsi Terhadap Penampilan Model Iklan Di Majalah	34
E. Hipotesis	36
BAB III : METODE PENELITIAN	37
A. Identifikasi Variabel-variabel Penelitian	37
B. Definisi Operasional Variabel	37
1. Pengambilan Keputusan Untuk Membeli	37

2. Persepsi Terhadap Penampilan Model Iklan Di Majalah	38
3. Status Sosial Ekonomi	38
C. Populasi dan Subyek Penelitian	39
1. Populasi	39
2. Tehnik Sampling dan Jenis Sampel	39
D. Metode Pengumpulan Data	41
1. Angket Pengambilan Keputusan Untuk Membeli	42
2. Angket Persepsi Terhadap Penampilan Model Iklan Di Majalah	44
3. Angket Status Sosial Ekonomi	46
E. Validitas dan Reliabilitas	47
1. Validitas	47
2. Reliabilitas	48
F. Analisa Data	49
BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	50
A. Orientasi Kancan dan Persiapan Penelitian	50
1. Orientasi Kancan	51
2. Persiapan Penelitian	52
3. Pelaksanaan Penelitian	63
4. Analisis Data dan Hasil Penelitian	63
a. Uji Asumsi	63
b. Hasil Analisis Data	66
5. Pembahasan	67

BAB V : PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran-saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73



DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 1 : Sebaran Aitem Uji Coba Angket Pengambilan Keputusan Untuk Membeli.....	57
TABEL 2 : Sebaran Aitem Uji Coba Angket Persepsi Terhadap Penampilan Model Iklan Di Majalah.....	58
TABEL 3 : Sebaran Aitem Status Sosial Ekonomi	59
TABEL 4 : Butir Yang Valid dan Gugur Angket Pengambilan Keputusan Untuk Membeli	61
TABEL 5 : Susunan Aitem Angket Pengambilan Keputusan Untuk Membeli Untuk Penelitian	62
TABEL 6 : Butir Yang Valid Dan Gugur Angket Persepsi Terhadap Penampilan Model Iklan Di Majalah.....	63
TABEL 7 : Susunan Aitem Angket Persepsi Terhadap Penampilan Model Iklan Di Majalah Untuk Penelitian.....	64
TABEL 8 : Hasil Uji Normalitas	67
TABEL 9 : Hasil Uji Linieritas.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Validitas dan Reliabilitas Angket	77
A - 1 Validitas dan Reliabilitas Angket Pengambilan Keputusan Untuk Membeli (Angket I)	78
A - 2 Validitas dan Reliabilitas Angket Persepsi Terhadap Penampilan Model Iklan Di Majalah (Angket II)	93
B. Angket Penelitian	108
B - 1 Petunjuk	109
B - 2 Angket Pengambilan Keputusan Untuk Membeli (Angket I)	112
B - 3 Angket Persepsi Terhadap Penampilan Model Iklan Di Majalah (Angket II)	115
B - 4 Angket Status Sosial Ekonomi (Angket III)	119
C. Pedoman Penentuan Penilaian Status Sosial Ekonomi	125
D. Data Kasar Hasil Penelitian	134
D - 1 Data Kasar Angket Pengambilan Keputusan Untuk Membeli (Angket I)	135
D - 2 Data Kasar Angket Persepsi Terhadap Penampilan Model Iklan Di Majalah (Angket II)	140
D - 3 Data Kasar Angket Status Sosial Ekonomi (Angket III)	145
E. Hasil Uji Asumsi	150
F. Hasil Analisis Data Dengan Korelasi Parsial Jenjang Pertama	162
G. Surat Ijin Penelitian	169
H. Surat Bukti Penelitian	172