

Em.
659.1.
wid.
a.
198.

**ANALISIS PENGARUH IKLAN DI TELEVISI, CITRA PRODUK DAN
HARGA PRODUK BIORE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI KALANGAN REMAJA
(STUDI KASUS DI SMU SEDES SAPIENTIAE SEMARANG)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Disusun Oleh :

Nama : **LYLA SAPHIRA WIDYAWATI**
NIM : 93.30.1694
NIRM : 94.6.111.02016.50018
Jurusan : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

1998



PERPUSTAKAAN

No. INV.	0252/E/G1.
Th. Angg.	Cat : COM98
PARAP.	WAWAH - TGL. 4 - 5 - 1998

MOTTO:

**Datanglah padaKu hai kalian yang letih lesu
menanggung beban berat, karena Aku akan memberikan
kelegaan kepadamu.**



**Karya ini kupersembahkan sebagai
rasa cinta dan sayang, serta tanda
terima kasihku untuk:
Papa dan Mama, atas doa dan cintanya
mbak Ony dan mbak Evy,
dan Abi.**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAM A : Lyla Saphira Widyawati

NIM : 93.30.1694

NIRM : 94.6.111.02016.50018

FAKULTAS : EKONOMI

JURUSAN : MANAJEMEN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH IKLAN DI TELEVISI, CITRA
PRODUK DAN HARGA PRODUK *BIORE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN REMAJA
(STUDI KASUS DI SMU SEDES SAPIENTIAE
SEMARANG)

Disetujui di : Semarang

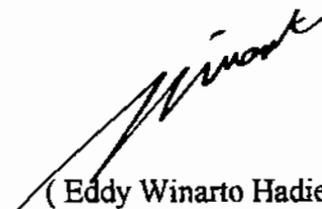
Pada tanggal : Januari 1998

Pembimbing I


(Drs. Alex Emyll, MSP)



Pembimbing II


(Eddy Winarto Hadie, SE)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH IKLAN DI TELEVISI, CITRA
PRODUK DAN HARGA PRODUK *BIORE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN REMAJA
(STUDI KASUS DI SMU SEDES SAPIENTIAE
SEMARANG)

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan para penguji pada : Semarang,
13 Februari 1998.

Penguji I



(Dra. Lucia Hari P, MS)

Penguji II



(Ben. Karno BP, SE.MM)

Penguji III



(Komala Inggawati, SE.MM)

ABSTRAK

Pada umumnya masa remaja merupakan masa perkembangan untuk mendapatkan identitas diri, dimana salah satu kecenderungan yang ditunjukkan remaja adalah menggunakan aspek penampilan untuk mendapatkan penilaian orang lain sebagai identitas diri dan memupuk kepercayaan dirinya. Aspek penampilan tersebut seringkali dimanfaatkan produsen untuk memasarkan produknya terutama dengan melakukan manipulasi psikologis melalui kegiatan periklanan dan penempatan produk (citra) dalam persepsi remaja. Selain itu harga juga berkaitan erat dengan suatu produk. Dulu apabila harga suatu produk turun atau lebih rendah maka permintaan akan produk tersebut akan naik. Tetapi sekarang ini menaikkan harga dapat menaikkan penjualan. Jika produk dikaitkan dengan prestise atau gengsi, maka remaja mempunyai kecenderungan untuk memilih produk tersebut.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan di televisi, citra produk dan harga produk *biore* secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di kalangan remaja.

Penelitian dilakukan di SMU Sedes Sapientiae Semarang, dengan metode pengambilan sampelnya adalah random sampling dengan cara undian. Sampel yang diambil sebanyak 55 orang responden atau 20.4% dari total populasi 269 orang.

Analisis dalam penelitian ini secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif melalui analisis kuesioner dengan cara mendiskripsikan hasil kuesioner. Alat analisis kuantitatif yang digunakan untuk mengetahui ketepatan alat ukur (kuesioner) adalah pengujian validitas reliabilitas. Sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh iklan di televisi, citra produk dan harga produk *biore* terhadap keputusan pembelian dipergunakan analisis regresi berganda. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase besarnya keeratan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Pengujian hipotesis dengan uji secara parsial (uji t) dan uji berganda (uji F) dengan tingkat signifikan 5%.

Dari hasil uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif iklan di televisi, citra produk dan harga produk *biore* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian, yang dibuktikan dengan uji statistik F dimana $57.08 > 2.70$ (F tabel). Demikian juga jika diuji secara parsial menunjukkan bahwa masing-masing variabel iklan di televisi, citra produk dan harga produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sumbangan pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian diberikan oleh variabel citra produk. Koefisien determinasi adalah sebesar 75.70%. Semakin mendekati angka 1 maka model tersebut semakin baik. Ini membuktikan adanya keeratan hubungan yang cukup baik antara variabel dependen dengan variabel independen.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa model tersebut sudah baik. Dengan demikian keputusan pembelian produk *biore* dapat

dijelaskan / diramalkan dengan baik oleh iklan di televisi, citra produk dan harga produk *biore* sebesar 75.70%, sedangkan selebihnya dijelaskan oleh faktor-faktor lain sebesar 24.30%.



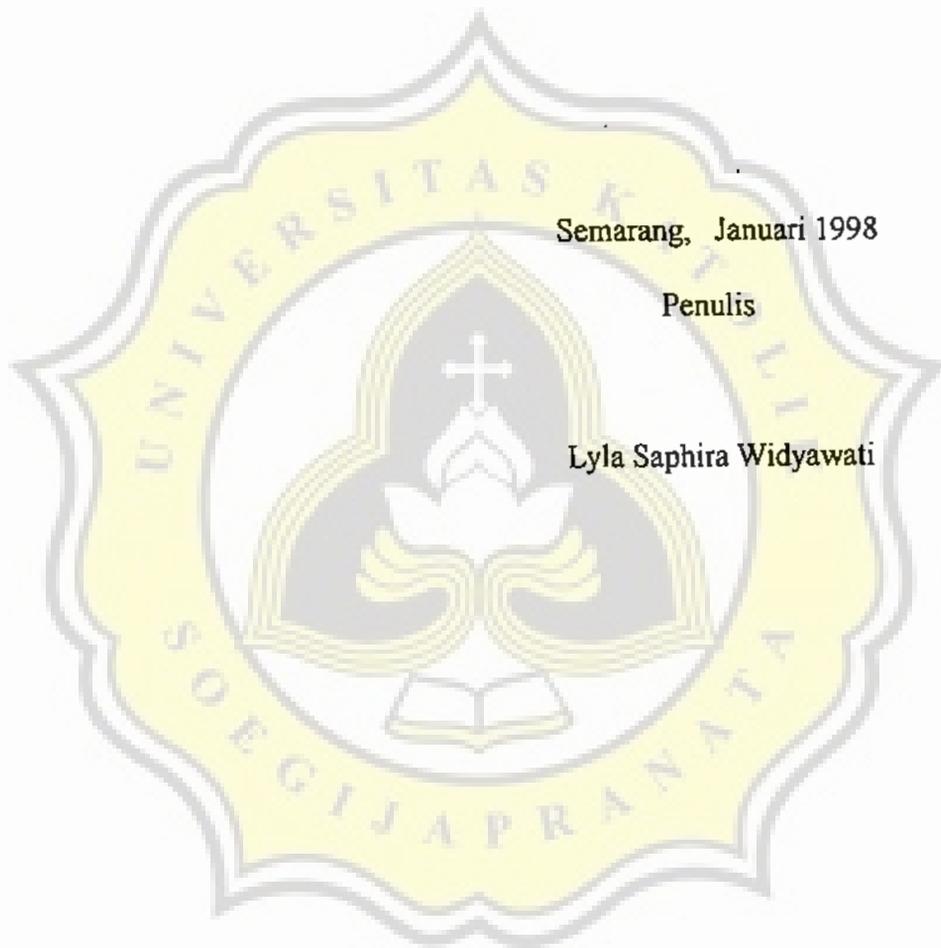
KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Mahakasih berkat rahmat tuntunan dan kasihNya sehingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : ANALISIS PENGARUH IKLAN DI TELEVISI, CITRA PRODUK DAN HARGA PRODUK *BIORE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KALANGAN REMAJA (STUDI KASUS DI SMU SEDES SAPIENTIAE SEMARANG).

Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata
2. Bapak Drs. Alex Emyll, MSP, selaku dosen pembimbing pertama yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan dan menasihati seperti kepada anaknya sendiri.
3. Bapak Eddy Winarto Hadie, SE, selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
4. Bapak Drs. Theo. Sudimin, MS, selaku dosen wali yang turut juga memberikan nasihatnya kepada penulis.
5. Dra. Sr. M. Angelita Wijaya, Kepala Sekolah Smu Sedes Sapientiae Semarang
6. Bapak Isworo, Wakil Kepala Sekolah SMU Sedes Sapientiae Semarang

7. Mas Sasenk atas bantuannya yang sangat berharga.
8. Teny, Asti, Sapto atas bantuan yang diberikan kepada penulis
9. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

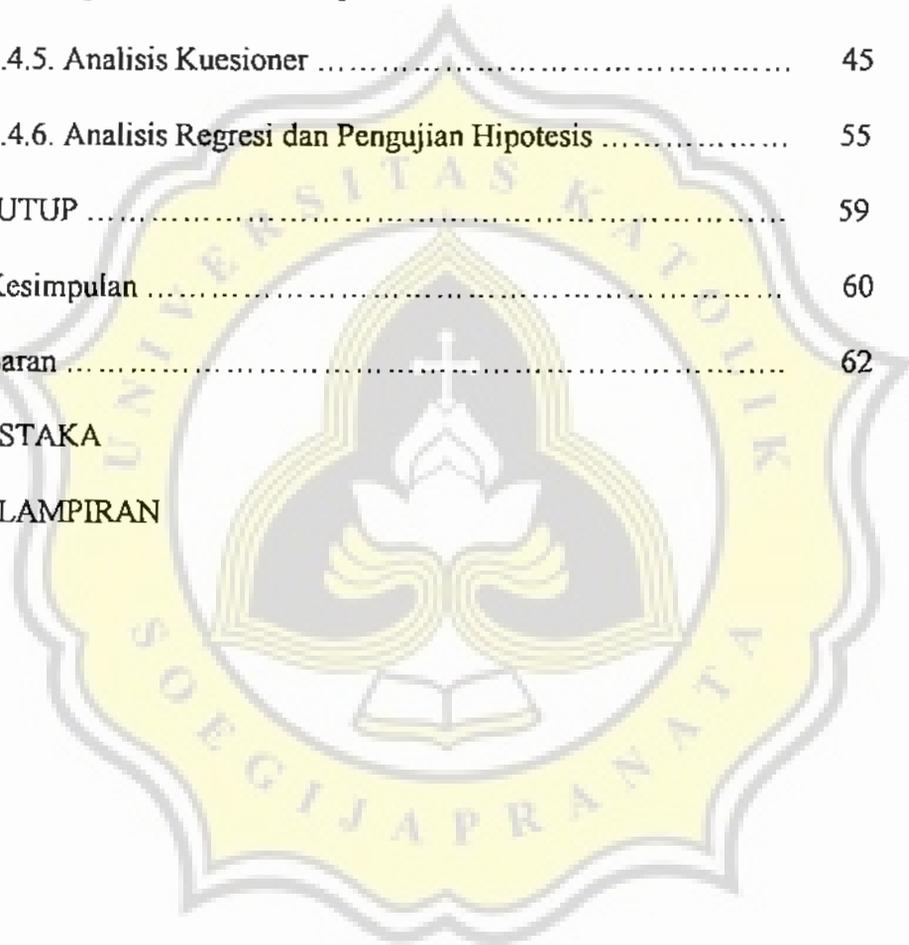


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	8
1.4. Sistematika Penulisan	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Tinjauan Pustaka	11
2.1.1. Remaja	11
2.1.2. Iklan	12
2.1.3. Citra Produk	15

2.1.4. Harga	17
2.1.5. Perilaku Konsumen	20
2.2. Kerangka Pikir	24
2.3. Hipotesis	25
2.4. Definisi Operasional	25
BAB III. METODA PENELITIAN	27
3.1. Lokasi Penelitian	27
3.2. Jenis Data	27
3.3. Populasi dan Sampel	28
3.4. Ukuran Sampel	28
3.5. Teknik Pengambilan Sampel	29
3.6. Teknik Pengumpulan Data	29
3.7. Teknik Pengolahan Data	30
3.8. Analisis Data	31
3.8.1. Korelasi Product Moment	31
3.8.2. Pengujian Reliabilitas	33
3.8.3. Regresi Berganda	33
3.8.4. Pengujian goodness of fit	35
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	36
4.2. Tahap Uji Coba	37
4.3. Identitas Responden	38

4.4. Analisis Data Penelitian	39
4.4.1. Kerangka Proses Analisis	39
4.4.2. Pengujian Validitas	41
4.4.3. Pengujian Reliabilitas	42
4.4.4. Uji Normalitas dan Uji Linearitas	43
4.4.5. Analisis Kuesioner	45
4.4.6. Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis	55
BAB V. PENUTUP	59
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.01. : Nilai `r` dan Interpretasi.....	32
Tabel 4.01. : Komposisi Siswa Berdasarkan Kelas dan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.02. : Jumlah Responden Menurut Kelas.....	38
Tabel 4.03. : Jumlah Responden Menurut Umur.....	39
Tabel 4.04. : Hasil Pengujian Validitas dan Koreksi.....	41
Tabel 4.05. : Tabel Pengujian Reliabilitas.....	43
Tabel 4.06. : Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.07. : Persebaran Responden Berdasarkan Pendapat Tentang Responden Sering Menyaksikan Iklan Biore di TV.....	45
Tabel 4.08. : Persebaran Responden Berdasarkan Pendapat tentang Daya Tarik Penyajian Iklan Biore Di TV Sebagai Hal Yang Menarik..	46
Tabel 4.09. : Persebaran Responden Berdasarkan Pendapat Tentang Ilustrasi Yang Menarik Dalam Iklan Biore Di TV	47
Tabel 4.10. : Persebaran Responden Berdasarkan Pendapat Tentang Responden Menyimak Isi Pesan Iklan Biore Di TV.....	47
Tabel 1.11. : Persebaran Responden Berdasarkan Pendapat Ttg. Responden Mpy. Rasa Ingin Tahu yg. Tinggi Terhadap Produk Biore.....	48
Tabel 4.12. : Persebaran Responden Berdasarkan pendapat Ttg. Rasa Ketertarikan Utk. Menggunakan Produk Biore.....	49
Tabel 4.13. : Persebaran Responden Bdsr. Pendapat Ttg. Kemampuan	

Responden Dlm. Membedakan Produk Biore Dgn. Produk Lainnya Yang Sejenis	50
Tabel 4.14. : Tabel Persebaran Responden Berdasarkan Pendapat Ttg. Kemampuan Responden Membedakan Produk Biore Dgn. Produk Lainnya Yang Sejenis Bdsr. Keunggulan Kualitas.....	50
Tabel 4.15. : Persebaran Responden Berdasarkan Pendapat Ttg. Logo Biore Yang Menarik.....	51
Tabel 4.16. : Persebaran Responden Berdasarkan Pendapat Tentang Kemampuan Mengingat Jenis-jenis Produk Biore.....	51
Tabel 4.17. : Persebaran Responden Berdasarkan Pendapat Ttg. Produk Biore Sebagai Simbol Produk Yang Populer.....	52
Tabel 4.18. : Persebaran Responden Berdasarkan Pendapat Ttg. Produk Biore Sebagai Produk Bergengsi.....	52
Tabel 4.19. : Persebaran Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden Memperhatikan Harga Dari Produk Biore.....	53
Tabel 4.20. : Persebaran Responden Berdasarkan Pendapat Bahwa Responden Peduli Dengan Harga Produk Biore.....	54
Tabel 4.21. : Hasil Uji Koefisien Parsial.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

- A DAFTAR PERTANYAAN
- B HASIL UJI COBA
 - B - 1 HASIL DAFTAR PERTANYAAN SETELAH DITABULASI
 - B - 2 PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS
- C HASIL ANALISIS DATA
 - C - 1 HASIL DAFTAR PERTANYAAN SETELAH DITABULASI
 - C - 2 PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS
 - C - 3 PENGUJIAN NORMALITAS
 - C - 4 PENGUJIAN LINEARITAS
 - C - 5 ANALISIS REGRESI BERGANDA
- D TABEL NILAI KRITIS
 - D - 1 TABEL NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT
 - D - 2 TABEL t
 - D - 3 TABEL F
- E SURAT KETERANGAN SELESAI SURVEY