

**ANALISIS RESPON MAHASISWA TERHADAP
IKLAN McDONALD'S "SERBA 5000" VERSI LEBARAN MONYET
DI TELEVISI DENGAN TAHAPAN AIDA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar
Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Bekti Kesuma
03.30.0162

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2007**

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Beki Kesuma
NIM : 03.30.0162
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul skripsi : ANALISIS RESPON MAHASISWA TERHADAP IKLAN
McDONALD'S "SERBA 5000" VERSI LEBARAN MONYET
DI TELEVISI DENGAN TAHAPAN AIDA

Disetujui di Semarang, Mei 2008

Pembimbing

Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : ANALISIS RESPON MAHASISWA TERHADAP IKLAN McDONALD'S
"SERBA 5000" VERSI LEBARAN MONYET DENGAN TAHAPAN AIDA.

Disusun oleh :

Nama : Bkti Kesuma

NIM : 03.30.0162

Program Studi : Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata.

Telah dipertahankan di hadapan tim penguji pada hari Rabu, 28 Mei 2008.

Tim Penguji

Koordinator

Anggota

Anggota

(A. Ratna Wulandari, SE.MSI.) (A.Posmaria Sitohang, SE.MSI.) (Drs.R.Bowo Harcahyo,MBA)

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata

(Sentot Suciarto.A.,Ph.D.)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bekti Kesuma

NIM : 03.30.0162

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabil dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Kaolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, Juni 2008

(Bekti Kesuma)

HALAMAN
MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

*Kesukaran Yang Kita Jumpai Dalam Menempuh Tujuan
Merupakan Jalan Terdekat Ke Arah Tujuan Itu.*

Kahlil Gibran

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

- 1. Jesus Christ*
- 2. Bapak, Ibu, Mas Dian, Schatziku*
- 3. Teman-teman ku semua*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena berkat dan kasih-Nyalah maka selesailah penulisan skripsi ini dengan judul :

“ ANALISIS RESPON MAHASISWA TERHADAP IKLAN McDONALD’S SERBA 5000 VERSI LEBARAN MONYET DI TELEVISI DENGAN TAHAPAN AIDA “

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Atas terselesaikannya skripsi ini, peneliti tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Sentot Suciarto, A.Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata. Yang telah memberi kesempatan peneliti untuk mengadakan penelitian.
2. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan tuntunan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak, Ibu, Mas Dian, semua keluarga yang telah memberikan dukungan moril dan materiil serta doa dan semangat dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi.
4. My Schatzi, thank’s for all. Luv u full dah....

5. Teman-teman komunitas PULPEN PENTHUL 31 (Gendut, Atenk, Bajuri, Joan, Jembi, Monyet, Lucky, Gaber, Danang, Gembul, Ferry, Tukul, Soto, pokoknya semuanya....). Terimakasih atas dukungannya, semuanya tidak akan terlupakan.
6. Crew n team management # 143, pengalaman yang sungguh berharga dapat bergabung dengan kalian.
7. Mas Kaka, Mas Bimbim, Mas Ridho, Mas Abdhe, Mas Ivan yang telah menghibur dan memberi inspirasi atas PLUR-nya.
8. H 3823 ZG, yang telah rela mengantar peneliti kemanapun pergi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari pembaca.

Akhir kata peneliti berharap seoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, Mei 2008

Peneliti

(Bekti Kesuma)

ABSTRAKSI

Keadaan persaingan antar perusahaan dalam menarik hati konsumen dewasa ini semakin mengalami peningkatan secara signifikan. Hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai strategi yang digunakan perusahaan untuk dapat mempertahankan pasar. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan untuk dapat menarik hati konsumen adalah dengan menggunakan media periklanan. Iklan adalah cara yang efektif untuk memperkenalkan produk serta merebut pasar sasaran. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **“ ANALISIS RESPON MAHASISWA TERHADAP IKLAN McDONALD’S SERBA 5000 VERSI LEBARAN MONYET DI TELEVISI DENGAN TAHAPAN AIDA”**.

Perumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana respon yang diberikan mahasiswa terhadap iklan McDonald’s Serba 5000 versi lebaran monyet. dilihat dari konsep AIDA. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana respon yang diberikan mahasiswa terhadap iklan McDonald’s Serba 5000 versi lebaran monyet.

Lokasi penelitian terletak di Unika Soegijapranata Semarang, sedangkan sampelnya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi yang pernah menyaksikan iklan McDonald’s Serba 5000 versi lebaran monyet, serta teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan CRS (Customer Respon Streght) dengan tahapan AIDA.

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar 0,645. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang sedang antara kekuatan iklan dengan respon. Sedangkan nilai r_s^2 sebesar 0,416 menunjukkan bahwa 41,6 % dari respon merupakan dampak iklan. Pada 100 responden rata-rata kekuatan respon adalah 29,22. Maka respon responden yang distimuli iklan adalah sebesar 12,155 . Maka dapat disimpulkan bahwa respon mahasiswa terhadap iklan McDonald’s Serba 5000 termasuk dalam kategori sedang. Artinya bahwa respon mahasiswa dalam tahap action tinggi, tetapi keinginan mengkonsumsi tersebut bukan hanya dikarenakan stimuli dari iklan saja. Tetapi dapat berdasarkan stimuli lain diantaranya kekuatan merk dari McDonald’s yang sudah melekat.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Keaslian Skripsi	iv
Halaman Motto dan Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Abstraksi	viii
Daftar isi.....	ix
Daftar tabel	xi
Daftar gambar	xiii
Daftar lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Bauran promosi	8
2.2 Periklanan	9
2.3 Media televisi	15

2.4 Efektifitas periklanan (AIDA)	18
2.5 Kerangka Pikir Penelitian	22
2.6 Definisi Operasional	23
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian.....	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas	27
3.5 Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran responden	33
4.2 Analisis deskriptif jawaban responden	34
4.3 Analisis CRS (<i>Customer Respon Streght</i>).....	47
4.3.1 Kekuatan iklan	48
4.3.2 Kekuatan respon	51
4.3.3 Korelasi Rank order spearman	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Jenis-jenis media utama	13
Tabel 3.1	Hasil perhitungan validitas item kuesioner	28
Tabel 3.2	Hasil perhitungan reliabilitas	29
Tabel 4.1	Umur dan jenis kelamin responden	33
Tabel 4.2	Frekuensi tanggapan responden melihat iklan McDonald's Serba 5000 versi lebaran monyet.....	35
Tabel 4.3	Tanggapan responden terhadap daya tarik iklan	36
Tabel 4.4	Tanggapan responden terhadap kejelasan isi dan pesan iklan	37
Tabel 4.5	Tanggapan responden terhadap musik yang ditampilkan dalam iklan McDonald's Serba 5000 versi lebaran monyet.....	38
Tabel 4.6	Tanggapan responden terhadap bintang yang ditampilkan dalam iklan McDonald's Serba 5000 versi lebaran monyet.	39
Tabel 4.7	Tanggapan responden terhadap humor yang ditampilkan dalam iklan.....	40
Tabel 4.8	Tanggapan responden terhadap ketertarikan untuk menyaksikan iklan berulang kali	41
Tabel 4.9	Tanggapan responden terhadap ketertarikan untuk lebih mengetahui pesan yang disampaikan dalam iklan	42
Tabel 4.10	Tanggapan responden terhadap usaha untuk mengenal produk McDonald's Serba 5000.	43
Tabel 4.11	Tanggapan responden terhadap keinginan untuk mencoba produk McDonald's Serba 5000.	44
Tabel 4.12	Tanggapan responden terhadap keinginan untuk membeli produk McDonald's Serba 5000.....	45

Tabel 4.13	Tanggapan responden terhadap tindakan untuk membeli produk McDonald's Serba 5000.	46
Tabel 4.14	Perhitungan kekuatan iklan.	48
Tabel 4.15	Nilai rata-rata rank kekuatan iklan dan kekuatan respon	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pikir penelitian	22
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Tabulasi Data
3. Perhitungan Kekuatan Respon
4. Output Validitas dan Reliabilitas Data
5. Daftar Responden
6. Gambar Iklan