



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TELEVISI HILO SOLEHA
"SUNSHINE" FEATURING DIAN PELANGI TERHADAP
BRAND EQUITY**

**(Survei pada Mahasiswi Beragama Islam Fakultas Kedokteran Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta)**

SKRIPSI

DILLA RACHMANIA

1310411035

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2017



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TELEVISI HILO SOLEHA
"SUNSHINE" FEATURING DIAN PELANGI TERHADAP
BRAND EQUITY**

**(Survei pada Mahasiswi Beragama Islam Fakultas Kedokteran Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

DILLA RACHMANIA

1310411035

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2017

PENYATAAN ORISINALISAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dilla Rachmania
NRP : 1310411035
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Tanggal : 14 Juli 2017

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 14 Juli 2017
Yang menyatakan,



(Dilla Rachmania)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dilla Rachmania
NRP : 1310411035
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi HiLo Soleha "Sunshine" Featuring Dian Pelangi Terhadap *Brand Equity* (Survei pada Mahasiswi Beragama Islam Fakultas Kedokteran Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal: 14 Juli 2017

Yang menyatakan,



(Dilla Rachmania)

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh

Nama : Dilla Rachmania
NRP : 1310411035
Program Studi : Ilmu Komunikasi - Periklanan
Judul : PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TELEVISI HILO
SOLEHA "SUNSHINE" FEATURING DIAN PELANGI
TERHADAP *BRAND EQUITY* (SURVEI PADA
MAHASISWI BERAGAMA ISLAM FAKULTAS
KEDOKTERAN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL "VETERAN" JAKARTA).

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi pada Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Drs/Supratman, M.Si

Ketua Penguji

Dr. Sri Desti Purwatiningsih

Penguji I

Ana Kuswanti, S.Ikom, M.Si

Penguji II



ter Venus, M.A.Comm
Dekan

Damayanti, S.Sos, M.Si
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 14 Juli 2017

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN TELEVISI HILO SOLEHA "*SUNSHINE*" FEATURING DIAN PELANGI TERHADAP *BRAND EQUITY*

**(Survei pada Mahasiswi Beragama Islam Fakultas Kedokteran
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta)**

Dilla Rachmania

Abstrak

Penelitian ini mengenai daya tarik iklan televisi HiLo Soleha “*Sunshine*” featuring Dian Pelangi yang baru dirilis pada tahun 2016 setelah 8 tahun produk tersebut ada di Indonesia. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan televisi HiLo Soleha “*Sunshine*” featuring Dian Pelangi terhadap *brand equity*. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Komunikasi, Komunikasi Massa, Media Massa, Periklanan, Televisi, Televisi sebagai Media Periklanan, Perilaku Konsumen, Daya Tarik Iklan, *Brand Equity*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswi beragama Islam Fakultas Kedokteran Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta sebanyak 522 responden, dengan jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin sebanyak 84 responden. Hasil korelasi, nilai sebesar 0,573 sehingga terdapat hubungan positif yang sedang. Hasil uji koefisien determinasi sebesar 0.328 yang menyatakan bahwa daya tarik iklan televisi HiLo Soleha “*Sunshine*” featuring Dian Pelangi sebesar 32.8% dan sisanya 67.2% dipengaruhi faktor lain. Hasil uji regresi $Y = 10.741 + 0.822 X$ karena hasil $b+$ maka angka variabel dependennya yaitu jika daya tarik iklan televisi HiLo Soleha “*Sunshine*” featuring Dian Pelangi naik sebesar 0.822. Hasil uji hipotesis menyatakan dimana nilai t hitung sebesar $6.330 > t$ tabel 1.291 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa ada pengaruh daya tarik iklan televisi HiLo Soleha “*Sunshine*” featuring Dian pelangi terhadap *brand equity*. Iklan televisi HiLo Soleha seharusnya menjadi perhatian dari para pengiklan dan produsen produk atau jasa agar produk dapat lebih dikenal melalui periklanan sehingga dapat menjadikan konsumen loyal terhadap produk.

Kata Kunci: Iklan televisi, HiLo Soleha, *Brand Equity*

INFLUENCE OF HILO SOLEHA "SUNSHINE" FEATURING DIAN PELANGI TELEVISION ADVERTISEMENT APPEAL ON BRAND EQUITY

**(Survey on Muslim Students of the Faculty of Medicine,
Pembangunan Nasional University "Veteran" Jakarta)**

Dilla Rachmania

Abstract

This research is about the attractiveness of HiLo Soleha "Sunshine" television advertisement featuring Dian Pelangi which just released in 2016 after 8 years the brand is established in Indonesia. The aim of this research is to know the influence of television advertisement HiLo Soleha "Sunshine" featuring Dian Pelangi towards brand equity. The theory used in this research are Communication, Mass Communication, Mass Media, Advertising, Television, Television as Media Advertising, Consumer Behavior, Ad Attraction, Brand Equity. This research uses quantitative and questionnaire approach as instrument of data collection. The population in this study are Muslim college student of the Faculty of Medicine, Pembangunan Nasional University "Veteran" Jakarta as many as 522 respondents, with the number of samples based on Slovin formula as much as 84 respondents. The result of correlation is value of 0.573 so there is an moderate positive correlation. The result of determination coefficient test is 0.328 which stated that the appeal of HiLo Soleha TV commercial "Sunshine" featuring Dian Pelangi is 32.8% and the rest 67.2% is influenced by other factors. Regression test results $Y = 10.741 + 0.822 X$ because the result $b+$ then the dependent variable number that the appeal television advertising HiLo Soleha "Sunshine" featuring Dian Pelangi rose by 0.822. The result of hypothesis test stated that the value of t count is $6.330 > t$ table 1.291 it can be concluded that H_0 is rejected and H_a accepted, it means that there is influence of television advertisement HiLo Soleha "Sunshine" featuring Dian rainbow towards brand equity. HiLo Soleha television commercials should be the attention of advertisers and producers of products or services so that products can be better known through advertising so as to make consumers loyal to the product.

Keywords: Television Advertisement, HiLo Soleha, Brand equity

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya yang telah meridhoi segala upaya penelitian dalam menyelesaikan skripsi dengan judul **Pengaruh Daya Tarik Iklan Televisi HiLo Soleha "Sunshine" Featuring Dian Pelangi Terhadap Brand Equity**. Terima kasih peneliti sampaikan kepada Ibu Ana Kuswanti, S.Ikom, M.Si selalu dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang bermanfaat.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada papa dan mama serta seluruh keluarga yang tiada henti memberikan semangat dan doanya kepada peneliti. Peneliti juga mengucapkan kepada teman-teman yang membantu dalam penulisan skripsi. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pada pembaca dan khususnya bagi mahasiswa/i Periklanan untuk dijadikan referensi.

Jakarta, 14 Juli 2017



Dilla Rachmania

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang.....	7
I.2 Rumusan Masalah.....	7
I.3 Tujuan Penelitian	7
I.4 Manfaat Penelitian	7
I.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN TEORIS	
II.1 Landasan Teori	9
II.2 Definisi Konsep.....	16
II.3 Definisi Variabel Konsep	19
II.4 Kerangka Pikiran	19
II.5 Hipotesis.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
III.1 Metode Penelitian.....	21
III.2 Jenis Penelitian.....	21
III.3 Populasi & Sampel.....	21
III.4 Teknik Pengumpulan Data.....	23
III.5 Operasional Variabel.....	25
III.6 Teknik Analisis Data.....	29
III.7 Waktu dan Tempat Penelitian	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
IV.1 Profil Nutrifood.....	39
IV.2 Profil Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta	42
IV.3 Hasil Penelitian	46
IV.4 Analisis Inferensial	73
IV.5 Hasil Pembahasan	80

BAB V PENUTUP

V.1 Kesimpulan	84
V.2 Saran.....	85

**DAFTAR PUSTAKA
RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 HiLo Soleha pada <i>Top Brand Awards</i> Tahun 2015	2
Gambar 1.2 HiLo Soleha Mengganti Desain Produknya pada Tahun 2016.....	3
Gambar 1.3 Iklan Televisi HiLo Soleha Tahun 2016	3

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Dasar-dasar Daya Tarik Emosional	17
Tabel 2 Data Skala Likert	24
Tabel 3 Operasional Variabel	25
Tabel 4 Hasil Uji Validitas (X)	31
Tabel 5 Hasil Uji Validitas (Y)	32
Tabel 6 <i>Alpha Cronbach</i>	34
Tabel 7 Reliabilitas Variabel X.....	34
Tabel 8 Reliabilitas Variabel Y.....	35
Tabel 9 Karakteristik Responden 1	47
Tabel 10 Karakteristik Responden 2	47
Tabel 11 Karakteristik Responden 3	48
Tabel 12 Pernyataan 1 (X)	48
Tabel 13 Pernyataan 2 (X)	49
Tabel 14 Pernyataan 3 (X)	50
Tabel 15 Pernyataan 4 (X)	50
Tabel 16 Pernyataan 5 (X)	51
Tabel 17 Pernyataan 6 (X)	52
Tabel 18 Pernyataan 7 (X)	53
Tabel 19 Pernyataan 8 (X)	54
Tabel 20 Pernyataan 9 (X)	55
Tabel 21 Pernyataan 10 (X)	56
Tabel 22 Pernyataan 11 (X)	57
Tabel 23 Pernyataan 12 (X)	58
Tabel 24 Penilaian Daya Tarik.....	60
Tabel 25 Pernyataan 1 (Y)	61
Tabel 26 Pernyataan 2 (Y)	61
Tabel 27 Pernyataan 3 (Y)	62
Tabel 28 Pernyataan 4 (Y)	63
Tabel 29 Pernyataan 5 (Y)	63

Tabel 30 Pernyataan 6 (Y)	64
Tabel 31 Pernyataan 7 (Y)	65
Tabel 32 Pernyataan 8 (Y)	65
Tabel 33 Pernyataan 9 (Y)	66
Tabel 34 Pernyataan 10 (Y)	67
Tabel 35 Pernyataan 11 (Y)	67
Tabel 36 Pernyataan 12 (Y)	68
Tabel 37 Pernyataan 13 (Y)	69
Tabel 38 Pernyataan 14 (Y)	69
Tabel 39 Pernyataan 15 (Y)	70
Tabel 40 Penilaian <i>brand equity</i>	72

DAFTAR LAMPIRAN

1. Riwayat Hidup
2. Form. Kegiatan Konsultasi Skripsi (A2.2)
3. Form. Tanda Persetujuan Ujian Skripsi (A5)
4. Surat Keterangan Permohonan Riset FISIP UPN “Veteran” Jakarta
5. Surat Keterangan Perizinan Riset FK UPN “Veteran” Jakarta
6. Kartu Hasil Studi (KHS)
7. Fotokopi test TOEFEL
8. Fotokopi *Print Out* Pembayaran Awal sampai Akhir
9. Fotokopi Ijazah
10. Surat Keterangan Bebas Pinjaman Perpustakaan FISIP UPN “Veteran” Jakarta
11. Daftar Usia, Agama, menggunakan Hijab pada responden
12. Sertifikat Outbound
13. Kuesioner
14. Daftar Usia, Agama, menggunakan Hijab pada responden
15. Tabel Induk
16. Tabel Uji Validitas
17. Tabel Uji Reliabilitas
18. Uji Korelasi, Uji Determinasi, Uji Regresi
19. Dokumentasi
20. r tabel dan t tabel