



Sumber : www.kindairy.com)

Judul Skripsi :

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN KIN BULGARIAN YOGURT TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Survei Terhadap Wanita Pekerja PT. Multi Utama Risetindo)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan
Dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Mega Wijaya Santosa

NIM : 1510411077



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Mega Wijaya Santosa

NIM : 1510411077

Tanggal : 24 Januari 2019

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

Jakarta, 24 Januari 2019



Mega Wijaya Santosa

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh

Nama : Mega Wijaya Santosa

NIM : 1510411077

Program Studi : Ilmu Komunikasi

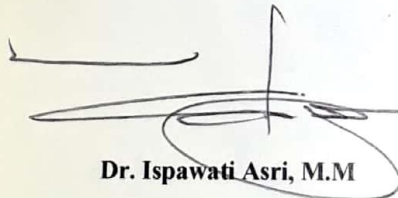
Konsentrasi : Periklanan

Judul : PENGARUH DAYA TARIK IKLAN KIN BULGARIAN
YOGURT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Telah berhasil dipertahankan di hadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

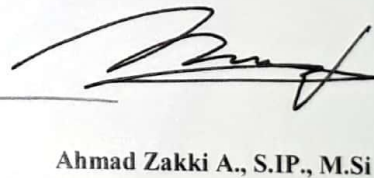
Mengetahui dan Menyetujui,

Pembimbing Utama



Dr. Ispawati Asri, M.M

Pembimbing Pendamping



Ahmad Zakki A., S.IP., M.Si

Ketua Program Studi



Azwar, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 8 Januari 2019

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Iklan Kin Bulgarian Yogurt Terhadap Keputusan Pembelian” dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini di ajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Dalam proses penyusunan laporan ini, tentunya tidak lepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Dr. Ispawati Asri, MM. selaku Pembimbing I, penulis ucapkan terimakasih atas bimbingan dan sarannya selama penulis merancang penyusunan skripsi.
2. Ahmad Zakki Abdullah, S.IP., M.Si, selaku Pembimbing II, terimakasih atas bimbingan dan sarannya selama penulis merancang penyusunan skripsi.
3. Azwar, S.S.,M.Si, selaku KAPROGDI Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jakarta;
4. Dr. Anter Venus, M.A.comm, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jakarta;
5. Kedua orang tua yang sangat saya cintai, kakak dan adik-adik tersayang, yang tentunya telah menjadi suporter terbesar saya dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
6. Teman-teman yang senantiasa mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan didalam penyusunan skripsi ini. penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya, khususnya bagi penulis.

Jakarta, 24 Januari 2019

Penulis,

Mega Wijaya Santosa

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Mega Wijaya Santosa
NIM : 1510411077
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan

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:

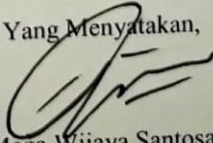
**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN KIN BULGARIAN YOGURT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Terhadap Wanita Pekerja
PT. Multi Utama Risetindo).**

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 : 24 Januari 2019

Yang Menyatakan,


Mega Wijaya Santosa

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN KIN BULGARIAN YOGURT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Mega Wijaya Santosa

Abstrak

Gaya hidup sehat tengah menjadi tren di masyarakat, mereka percaya pola hidup sehat membantu meningkatkan kesehatan tubuh dan menunjang tujuan hidup. Salah satu cara untuk menunjang gaya hidup sehat dengan menambahkan yogurt dalam menu makanan sehari-hari. Berangkat dari kondisi tersebut, PT ABC Kogen Dairy berinovasi dengan meluncurkan minuman kemasan “KIN Bulgarian Yogurt”. Hadirnya Kin Bulgarian Yogurt sebagai yogurt Bulgarian pertama di Indonesia, tentunya dapat menarik perhatian konsumen. Iklan TVC pertama yang dilakukan Kin Bulgarian Yogurt bertujuan agar konsumen dapat mengenal Kin Bulgarian Yogurt, sebagai salah satu merek yogurt yang ikut meramaikan pasar dalam kategori susu fermentasi dalam kemasan di Indonesia. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori periklanan, daya tarik iklan, keputusan pembelian, *selective influence*. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif korelasional. Sampel yang dimiliki adalah sebanyak 80 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Berdasarkan uji korelasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara pengaruh daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian. Selain itu hasil penelitian uji regresi dan uji koefisien determinasi, diketahui juga bahwa adanya pengaruh daya tarik iklan Kin Bulgarian Yogurt terhadap keputusan pembelian. Adapun diketahui bahwa dimensi gambar dan *Attention* memberikan kontribusi terbesar yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji hipotesis pada penelitian ini, menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: Daya Tarik, Keputusan Pembelian, *Selective Influence*

**THE EFFECT OF KIN BULGARIAN YOGURT ADVERTISEMENT
APPEAL ON PURCHASING DECISIONS**

Mega Wijaya Santosa

Abstract

Healthy lifestyles are becoming a trend in society, they believe increase a healthy lifestyle increase the health of body and supports the purpose of life. One way to support a healthy lifestyle is adding yogurt to menu the daily diet. Starting from these conditions, PT ABC Kogen Dairy innovated by launching a packaging drink “KIN Bulgarian Yogurt”. The product presence of Kin Bulgarian Yogurt as the first Bulgarian yogurt in Indonesia, of course can attract the attention of consumers. The first TVC ad conducted by Kin Bulgarian Yogurt aims to make consumers know Kin Bulgarian Yogurt, as one of the yogurt brands that enliven the market in the fermented milk category in Indonesia. The theory used in this study was advertising theory, the attractiveness of advertising, purchasing decisions, selective influence. The research used quantitative research with the type of correlative explanatory research. The sample used amounted to 80 respondents. Method of collecting data by giving questions in a questioner. Related to correlation test, the result of study indicate a strong influence advertising on purchasing decisions. Based on the results of the regression test and coefficient of determination, it is known that there is an influence on the appeal of Kin Bulgarian Yogurt advertisements on purchasing decisions. As for it is known that the image dimension and Attention make the biggest contribution given the independent variable on the dependent variable. The results of hypothesis testing in this study indicate that t_{count} is greater than t_{table} , it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted.

Keywords: Attraction, Purchase Decision, Selective Influence

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Konsep-Konsep Penelitian	12
2.2.1 Periklanan	12
2.2.2 Televisi Sebagai Media Iklan	15
2.2.3 Daya Tarik	17
2.2.4 Keputusan Pembelian	22
2.3 Teori <i>Selective Influence</i>	25
2.4 Kerangka Berpikir	29
2.5 Hipotesis	29
2.6 Operasional Konsep	30
BAB III METODE PENELITIAN	

3.1 Metodologi Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel	33
3.3 Metode Pengumpulan Data	33
3.3.1 Data Primer	33
3.3.2 Data Sekunder	34
3.4 Metode Analisis Data	34
3.4.1 Uji Validitas	35
3.4.2 Uji Reliabilitas	37
3.4.3 Uji Korelasi	39
3.4.4 Uji Regresi	40
3.4.5 Uji Koefisien Determinasi	41
3.4.6 Uji Signifikasi	42
3.5 Pelaksanaan Lokasi dan Waktu Penelitian	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	44
4.2 Deskripsi Subjek Penelitian	45
4.3 Hasil Penelitian	46
4.3.1 Karakteristik Responden	46
4.3.2 Analisis Pernyataan Variabel	48
4.3.2.1 Variabel X Daya Tarik	48
4.3.2.2 Variabel Y Keputusan Pembelian	60
4.3.3 Analisis Dimensi Variabel	72
4.3.3.1 Variabel X Daya Tarik	72
4.3.3.2 Variabel Y Keputusan Pembelian	75
4.3.4 Uji Korelasi	77
4.3.5 Uji Regresi	78
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi	79
4.3.7 Uji Signifikasi	80
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	81

BAB IV PENUTUP

5.1 Kesimpulan 86

5.2 Saran 87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : <i>Top Brand Indeks</i>	4
Tabel 2 : Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3 : Operasional Konsep	30
Tabel 4 : Keterangan Skala Pengukuran	34
Tabel 5 : Uji Validitas Variabel X	36
Tabel 6 : Uji Validitas Variabel Y	37
Tabel 7 : Nilai Alpha Cronbach's	38
Tabel 8 : Uji Reliabilitas Variabel X	38
Tabel 9 : Uji Reliabilitas Variabel Y	39
Tabel 10 : Pedoman Untuk Memberikan Penafsiran Koefisien Determinasi	42
Tabel 11 : Waktu Penelitian	42
Tabel 12 : Usia Responden	47
Tabel 13 : Pendidikan Responden	47
Tabel 14 : Pernyataan 1	48
Tabel 15 : Pernyataan 2	49
Tabel 16 : Pernyataan 3	50
Tabel 17 : Pernyataan 4	51
Tabel 18 : Pernyataan 5	52
Tabel 19 : Pernyataan 6	53
Tabel 20 : Pernyataan 7	54
Tabel 21 : Pernyataan 8	54
Tabel 22 : Pernyataan 9	55
Tabel 23 : Pernyataan 10	56
Tabel 24 : Pernyataan 11	57
Tabel 25 : Pernyataan 12	58
Tabel 26 : Pernyataan 13	59
Tabel 27 : Pernyataan 14	60
Tabel 28 : Pernyataan 15	61
Tabel 29 : Pernyataan 16	61
Tabel 30 : Pernyataan 17	62

Tabel 31 : Pernyataan 18	63
Tabel 32 : Pernyataan 19	64
Tabel 33 : Pernyataan 20	64
Tabel 34 : Pernyataan 21	65
Tabel 35 : Pernyataan 22	66
Tabel 36 : Pernyataan 23	67
Tabel 37 : Pernyataan 24	68
Tabel 38 : Pernyataan 25	69
Tabel 39 : Pernyataan 26	70
Tabel 40 : Pernyataan 27	71
Tabel 41 : Pernyataan 28	71
Tabel 42 : Tanggapan variabel X (Daya Tarik).....	72
Tabel 43 : Tanggapan Dimensi Isi Pesan	73
Tabel 44 : Tanggapan Dimensi Bintang Iklan	73
Tabel 45 : Tanggapan Dimensi Musik	73
Tabel 46 : Tanggapan Dimensi Gambar	74
Tabel 47 : Tanggapan Dimensi Warna	74
Tabel 48 : Tanggapan variabel Y (Keputusan Pembelian)	75
Tabel 49 : Tanggapan Dimensi <i>Attention</i>	75
Tabel 50 : Tanggapan Dimensi <i>Interest</i>	76
Tabel 51 : Tanggapan Dimensi <i>Desire</i>	76
Tabel 52 : Tanggapan Dimensi <i>Action</i>	76
Tabel 53 : Interpretasi Korelasi	77
Tabel 54 : Hasil Uji Korelasi	78
Tabel 55 : Hasil Uji Regresi Linier	78
Tabel 56 : Uji Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Kerangka Berpikir	29
Gambar 2 : Produk Kin Bulgarian Yogurt	44
Gambar 3 : Logo PT. Multi Utama Risetindo	45

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Form A2 Form A5 Surat Riset Surat Konfirmasi Riset
LAMPIRAN B	Kuesioner Data Validitas X dan Y t Tabel
LAMPIRAN C	Sertifikat TOEFL Sertifikat Seminar sesuai kompetensi
LAMPIRAN D	Riwayat Hidup