

**ANALISIS PENGARUH MODEL IKLAN TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN REMAJA
(KASUS IKLAN YAMAHA JUPITER MX VERSI VALENTINO ROSSI)**

*The Influence Analysis of Advertisement Model to Behavior of Teenager
Purchasing
(Case of Valentino Rossi Version of Yamaha Jupiter MX Advertising)*

SKRIPSI



Disusun oleh :

SATRIANA ILHAMI

20040410158

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

**ANALISIS PENGARUH MODEL IKLAN TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN REMAJA
(KASUS IKLAN YAMAHA JUPITER MX VERSI VALENTINO ROSSI)**

*The Influence Analysis of Advertisement Model to Behavior of Teenager
Purchasing
(Case of Valentino Rossi Version of Yamaha Jupiter MX Advertising)*

SKRIPSI



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing I

Hasnah Rimiati, SE. MSi.
NIK 143006

Tanggal Desember 2010

**ANALISIS PENGARUH MODEL IKLAN TERHADAP
PERILAKU PEMBELIAN REMAJA
(KASUS IKLAN YAMAHA JUPITER MX VERSI VALENTINO ROSSI)**

*The Influence Analysis of Advertisement Model to Behavior of Teenager
Purchasing
(Case of Valentino Rossi Version of Yamaha Jupiter MX Advertising)*

SKRIPSI

Diajukan oleh

SATRIANA ILHAMI
20040410158

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 21 Desember 2010
Yang terdiri dari

Dr. Siti Dyah Handayani, M.M.
Ketua Tim Penguji


Hasnah Riniyati, SE, M.Si.
Anggota Tim Penguji


Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Misbahul Anwar, S.E., M.Si.



PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Satriana Ilhami

Nomor Mahasiswa : 20040410158

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “Analisis Pengaruh Model Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Remaja (Kasus Iklan Yamaha Jupiter MX Versi Valentino Rossi)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diuraikan dalam skripsi ini.

"Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, jika suatu kaum tidak mau merubahnya"
(QS Ar Ra'du : 11)

"Allah tidak akan merubahni seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"
(QS Al-Baqarah: 286)

"Kesungguhannya sesudah kesulitan itu ada kemudahan"
(QS Al Insyarah : 5)

Berbertakialah kepada mereka dengan penuh kerendahan diri dan ucapkanlah:
"Wahai TuhanKu ! Kasihanilah mereka keduanya sebagaimana keduanya memeliharaKu dengan penuh kasih sayang waktu kecilku"
(QS Al Isro : 24)

Tunjukkanlah kami jalan yang lurus (yaitu) orang-orang yang engkau berikan anugerah nikmat kepada mereka, bukan (jalan) mereka yang dimurkai dan bukan pula jalan mereka yang sesat. (QS AL-Fatihah: 6-7)

MOTTO

PERSEMBAHAN

*Dengan penuh rasa syukur kehadiran ALLAH SWT,
kupersembahkan karya ini
untuk;*

- 1. ALLAH SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya.*
- 2. Kedua orang tuaku yang telah mendukungku*
- 3. Kakak-Adikku atas doanya*
- 4. Sahabat dan teman-teman seangkatan*
- 5. Almamaterku*

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik, kepercayaan dan keahlian terhadap perilaku sosial remaja serta rekomendasi kepada orang lain. Responden dalam penelitian ini adalah remaja yang pernah melihat iklan Yamaha Jupiter MX Versi Valentino Rossi berjumlah 96 orang. Metode pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Data diperoleh melalui data primer dengan cara mengajukan kuesioner kepada responden. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis regresi berganda, uji hipotesis parsial (uji t), uji hipotesis serentak (uji F), dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian pada analisis regresi yang pertama menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel daya tarik, kepercayaan dan keahlian, baik secara parsial maupun bersama-sama terhadap niat beli. Sedangkan, variabel yang paling signifikan berpengaruh terhadap niat beli remaja adalah variabel keahlian (*expertise*).

Hasil penelitian pada analisis regresi yang kedua menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel daya tarik, kepercayaan dan keahlian, baik secara parsial maupun bersama-sama terhadap rekomendasi kepada orang lain. Variabel yang paling signifikan berpengaruh terhadap rekomendasi kepada orang lain adalah variabel keahlian.

Kata kunci : daya tarik, kepercayaan, keahlian, niat beli dan rekomendasi kepada orang lain

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada kami sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Model Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Remaja: Kasus Iklan Yamaha Jupiter MX Versi Valentino Rossi”.

Tugas akhir ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Ekonomi Strata 1 (S-1) pada Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini dari persiapan sampai terselesainya, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang begitu berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Hasnah Rimiati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
2. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Michahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Bapak, Ibu yang tak henti-hentinya mencurahkan kasih dan sayang serta memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materiil selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Sahabat-sahabatku, atas semua bantuan doa dan supportnya serta semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Abhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah Penelitian	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Pengertian Periklanan	11
B. Manfaat Iklan	16
C. Model Iklan	18
D. Media Iklan dan Kelompok Referensi	21
E. Kredibilitas dan Daya Tarik Selebritis	25
F. Fungsi Bintang Iklan (Selebritis) Terhadap Ekuitas Merek	27
G. Niat	31
H. Penelitian Terdahulu	32
I. Hipotesis Penelitian	34
J. Model Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Obyek dan Subyek Penelitian	42
B. Jenis Data	42
C. Teknik Pengambilan Sampel	42
D. Teknik Pengumpulan Data	43
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	44
F. Uji Kualitas Instrumen	47

	G. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	48
	1. Analisis Data.....	48
	2. Uji Hipotesis Serentak (Uji F).....	49
	3. Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	50
	4. Koefisien Determinasi.....	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
	A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian.....	52
	B. Analisis Karakteristik Responden.....	53
	C. Uji Kualitas Instrumen.....	53
	1. Uji Validitas.....	54
	2. Uji Reliabilitas.....	55
	D. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	56
	1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
	2. Uji Simultan (<i>F-test</i>).....	59
	3. Uji Parsial (<i>t-test</i>).....	60
	4. Koefisien Determinasi.....	63
	E. Pembahasan.....	64
BAB V	KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	73
	A. Kesimpulan.....	73
	B. Saran.....	75
	C. Keterbatasan Penelitian.....	77

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	52
Tabel 4.2. Data Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	53
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.5. Hasil Analisis Regresi Berganda dan Uji t.....	56
Tabel 4.6 Hasil Uji F	59
Tabel 4.7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Model Penelitian

20