

## ABSTRAK

Dalam dunia pemasaran saat ini, iklan merupakan salah satu media promosi yang efektif dalam mengkomunikasikan sebuah produk kepada masyarakat luas. Terutama dengan menggunakan media televisi.

Iklan Djarum Super “*my life, my adventure*” di televisi, merupakan salah satu iklan yang memiliki daya tarik tersendiri, dan dapat menarik perhatian para penonton untuk menonton hingga akhir iklan. Iklan tersebut memberikan pemandangan-pemandangan alam Indonesia dan menyuguhkan kebudayaan yang ada di Indonesia.

Penelitian ini mengambil tema “**Pengaruh *Message* (Pesan) Dalam Iklan Djarum Super “*My Life, My Adventure*” Di Televisi Terhadap Sikap Konsumen**”, yang bertujuan untuk mengetahui *message* (pesan) yang terdapat dalam iklan tersebut, mengetahui hubungan antara *message* (pesan) pada iklan dengan sikap konsumen dan mengetahui pengaruh *message* (pesan) yang terdapat dalam iklan tersebut terhadap sikap konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode survei, dengan cara membagikan kuesioner kepada para konsumen yang menonton iklan tersebut. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dan tekniknya adalah *simple random sampling*.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba untuk melakukan uji hipotesis dengan menggunakan t-test, dan uji statistik dengan menggunakan korelasi pearson, koefisien determinasi dan regresi berganda.

Berdasarkan hasil pengolahan data, hipotesis menunjukkan terdapat *message* (pesan) dalam iklan Djarum Super tersebut yang berhubungan dengan variabel nasionalisme, terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *message* (pesan) dengan sikap konsumen dan tidak ada pengaruh *message* (pesan) dengan sikap konsumen.

Dari hasil perhitungan koefisien determinasi, hanya 0,19% pengaruh dari *message* (pesan) terhadap sikap konsumen. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar yang sedang diteliti.

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar belakang penelitian.....	1
1.2. Identifikasi masalah.....	12
1.3. Rumusan masalah.....	12
1.4. Tujuan penelitian.....	12
1.5. Kegunaan penelitian.....	13
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Kajian pustaka.....	14
2.1.1. Pengertian pemasaran.....	14
2.1.2. Pengertian manajemen pemasaran.....	15
2.1.3. Pengertian bauran pemasaran.....	15
2.1.4. Unsur-unsur bauran pemasaran.....	16
2.1.5. Promosi.....	17

2.1.6. Iklan ( <i>advertising</i> ).....	20
2.1.7. Televisi.....	23
2.1.8. <i>Message</i> (pesan).....	25
2.1.9. Perilaku konsumen.....	33
2.2. Kerangka pemikiran.....	40
2.3. Hipotesis.....	43

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1. Metode penelitian.....	44
3.2. Operasionalisasi variabel penelitian.....	45
3.3. Sumber dan cara pengumpulan data.....	53
3.3.1. Sumber data.....	53
3.3.2. Populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel.....	53
3.3.3. Pengumpulan data.....	55
3.4. Rancangan analisis dan uji hipotesis.....	55
3.4.1. Uji validitas.....	57
3.4.2. Uji reliabilitas.....	58
3.4.3. Korelasi pearson product moment.....	59
3.4.4. Analisis regresi berganda.....	60
3.4.5. Koefisien determinasi.....	61
3.4.6. Uji hipotesis.....	61

## **BAB IV. PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran umum identitas konsumen.....	63
4.1.1. Usia.....	63
4.1.2. Jenis kelamin.....	64
4.1.3. Kegiatan yang dilakukan pada waktu luang.....	64
4.1.4. Lamanya waktu menonton televisi.....	65
4.1.5. Program acara yang ditonton.....	66
4.2. Gambaran variabel yang diteliti.....	67
4.2.1. Nasionalisme ( $x_1$ ).....	67
4.2.2. <i>Adventure</i> ( $x_2$ ).....	70
4.2.3. Sikap konsumen ( $y$ ).....	71
4.3. Uji validitas dan uji reliabilitas.....	74
4.3.1. Nasionalisme ( $x_1$ ).....	74
4.3.2. <i>Adventure</i> ( $x_2$ ).....	75
4.3.3. Sikap konsumen ( $y$ ).....	77
4.4. Hasil uji statistik.....	78
4.4.1. Nasionalisme ( $x_1$ ).....	78
4.4.2. <i>Adventure</i> ( $x_2$ ).....	82
4.5. Uji hipotesis.....	85

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan.....	90
5.2. Saran.....	91

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Hal</b>
Tabel 3.1. Operasional variabel.....	46
Tabel 3.2. Rumusan masalah, hipotesis, dan statistik untuk uji statistik.....	56
Tabel 3.3. Pedoman untuk memberikan Interpretasi koefisien korelasi.....	60
Tabel 4.1. Identitas 65 konsumen berdasarkan usia.....	63
Tabel 4.2. Identitas 65 konsumen berdasarkan jenis kelamin.....	64
Tabel 4.3. Identitas 65 konsumen berdasarkan kegiatan waktu luang.....	65
Tabel 4.4. Identitas 65 konsumen berdasarkan waktu menonton.....	66
Tabel 4.5. Identitas 65 konsumen berdasarkan program acara televisi.....	67
Tabel 4.6. Distribusi frekuensi item-item yang berkaitan dengan variabel nasionalisme.....	68
Tabel 4.7. Arti dari angka (skor) variabel nasionalisme.....	68

Tabel 4.8.	Distribusi frekuensi item-item yang berkaitan dengan variabel <i>adventure</i> .....	70
Tabel 4.9.	Arti dari angka (skor) variabel <i>adventure</i> .....	71
Tabel 4.10.	Distribusi frekuensi item-item yang berkaitan dengan variabel sikap konsumen.....	72
Tabel 4.11.	Arti dari angka (skor) variabel sikap konsumen.....	72
Tabel 4.12.	Hasil uji validitas pada variabel nasionalisme ( $x_1$ ).....	74
Tabel 4.13.	Hasil uji reliabilitas pada variabel nasionalisme ( $x_1$ ).....	75
Tabel 4.14.	Hasil uji validitas pada variabel <i>adventure</i> ( $x_2$ ).....	76
Tabel 4.15.	Hasil uji reliabilitas pada variabel <i>adventure</i> ( $x_2$ ).....	76
Tabel 4.16.	Hasil uji validitas pada variabel sikap konsumen ( $y$ ).....	77
Tabel 4.17.	Hasil uji reliabilitas pada variabel sikap konsumen ( $y$ ).....	77
Tabel 4.18.	Hasil analisa regresi berganda.....	79
Tabel 4.19.	Korelasi pearson product moment hasil pengukuran nasionalisme dan Sikap konsumen.....	79

Tabel 4.20.	Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.....	81
Tabel 4.21.	Korelasi pearson product moment hasil pengukuran <i>adventure</i> dan Sikap konsumen.....	83
Tabel 4.22.	Korelasi pearson product moment <i>message</i> dan sikap konsumen.....	87



## DAFTAR GAMBAR

**Hal**

Gambar 2.1. Model kerangka pemikiran.....	43
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi kuesioner
- Lampiran 3 Gambaran umum identitas responden
- Lampiran 4 Frekuensi jawaban responden
- Lampiran 5 Hasil uji validitas
- Lampiran 6 hasil uji reliabilitas
- Lampiran 7 Korelasi pearson
- Lampiran 8 Hasil uji analisa regresi berganda

