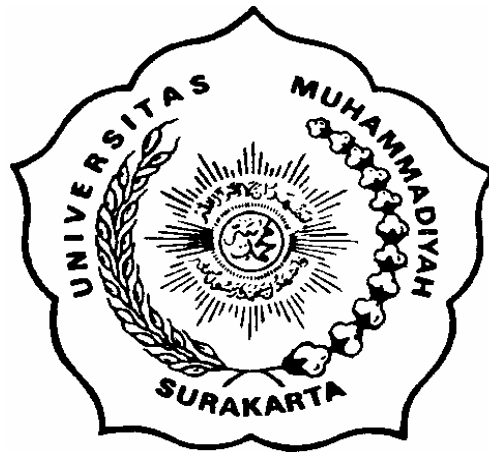


**PENGARUH KEYAKINAN AKAN MANFAAT PRODUK,
KEYAKINAN AKAN *IMAGE* PRODUK DAN SIKAP
TERHADAP IKLAN PADA SIKAP KONSUMEN TERHADAP
PRODUK SHAMPOO SUN SILK DAN SEPEDA MOTOR
HONDA**

(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta



RANDY SURYO MAHENDRO
B.100 020 012

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2007

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

“PENGARUH KEYAKINAN AKAN MANFAAT PRODUK, KEYAKINAN AKAN *IMAGE* PRODUK DAN SIKAP TERHADAP IKLAN PADA SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK SHAMPOO SUN SILK DAN SEPEDA MOTOR HONDA”.

(Study Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)

Yang disusun oleh:

RANDY SURYO MAHENDRO
B.100 020 012

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Maret 2007

Pembimbing

(Dra. Chuzaimah, MM)

Mengetahui,

Dekan Jurusan Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Drs. H. Syamsudin, MM)

MOTTO

"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmu-lah hendaknya kamu berharap."

(Surat QS. Al Insyirah :6 - 8)

"Dan barang siapa yang menyerahkan dirinya kepada Allah, sedangkan dia orang yang berbuat kebaikan, maka sesungguhnya ia telah berpegang kepada buhul tali yang kokoh. Dan hanya kepada Allah-lah kesudahan segala urusan."

(Surat QS. Luqman :22)

"Sukses tidak terletak pada waktu, tempat atau keadaan akan tetapi pada orang yang bersangkutan"

(Charles Rowe)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan buat:

1. **Allah SWT**, Pemilik alam Semesta.
2. Ayah dan Ibuku (**Paryono** dan **Kustini**) yang selalu mendukung dan menjadikan aku seperti sekarang ini, maafkan apabila selama ini belum dapat membalas semuanya. *Matur Nuwun.*
3. Eyang Putri, terima kasih atas doanya.
4. Almarhum dan almarhumah Eyang Kakung/Eyang Putri, takkan ku lupa *wejangannya. Matur Nuwun.*
5. Adikku **Septi** yang selalu memberikan semangat, mendukung dan mendoakan aku, walaupun terkadang mengesalkan. terima kasih telah memberikan warna baru dalam hidup ini, **Aku sayang kamu.**
6. "**The Big Family**" pakde **Mursidi**, **Lik Tutik**, **Lik Tri**, **Lik Agus**, **Om Aris**, **Mas Joko**, **Lik Ruwah**, **Lik Narso**, **Lik Marsi**, **Lik Paryati**, **Lik Wiyono** yang selalu mendukung dan membimbing baik suka maupun duka. *Makasih masukannya.*
7. *Very Special Thanks for "Risman dan Rozie"*, atas canda tawa dan persahabatan yang kita jalin selama ini, aku takkan tahu apa yang kulakukan jika tanpa kalian. *Jaga Persahabatan kita Semoga tetap abadi ya...!!! Oke Choy...Kapan kita touring lagi.*
8. Buat "**Some One**" terima kasih atas dukungan, dorongan dan inspirasinya yang kau berikan selama ini hingga terselesainya skripsi ini. *Kau Selalu Dihatiku.*

9. *Teman kongkow-kongkow dikost IPN : Agung N, Antoni, Budi, Dedy, Demos, Edo, Fuad, Haryanto, Nofx, Wiwit. Ayo bangun Choy kita raih cita-cita.*
10. *Teman-teman seperjuangan: Agung Wibowo, Heru Windu, Luqman Fathoni, Taufiq ismail (Tamboel), F4 (Catrina, Defita, Tewe, Untari) dan Novi + Ita. Thank You Guess atas persahabatannya selama di UMS, semoga persahabatan kita tidak sampai disini saja.*
11. *Buat kelas A angkatan 2002 : Adi, Adhitia, Alfian, Amelia, Bina, Danik, Erna, Hermanto, Heny, Naniek, Nurul, Nurul cilik, Nindita, Pak Eko, Riri, Rian, Riyana, Roni, Santos, Tini, Win, Yuli, dan yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu. Ayo pren kita kejar hari esok.*
12. *Special Thanks For "Saifurrijal" yang sudah mau jadi temanku. Makasih ya Broo... bantuan n' print-nya.*
13. *Warung bakmi depan PKU n' the genk, makasih minuman dan base camp nya. Thank You For All.*
14. *Untuk "New SOR MLINJO" terima kasih tumpangan game dan gratisan MP3 nya.*
15. *Teman-teman yang sudah banyak membantu dalam penyusunan skripsi dan tidak bisa aku sebutkan satu persatu. Thank You Pren.*
16. *Thank For My BLACK TIGER "AD 5903 U" yang selalu setia menemaniku dan mengantarku kemana pun aku pergi.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah serta inayahnya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi dengan judul ” **PENGARUH KEYAKINAN AKAN MANFAAT PRODUK, KEYAKINAN AKAN *IMAGE* PRODUK DAN SIKAP TERHADAP IKLAN PADA SIKAP KONSUMEN TERHADAP PRODUK SHAMPOO SUN SILK DAN SEPEDA MOTOR HONDA**”.

(Study Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta), ini dapat terselesaikan.

Penyusunan skripsi ini dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar sarjana di Universitas Muhammadiyah Surakarta ini dalam proses penyelesaiannya tak lepas dari bantuan dan dukungan dari banyak pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. **Drs. H. Syamsudin, MM** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. **Drs. Agus Muqorobin, MM** selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. **Dra. Maburrroh, MM**, selaku pembimbing akademik yang selama ini selalu memberikan arahan dengan sabar dan bijak.

4. **Dra. Cuzaimah, MM** selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan arif dan bijaksana telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
5. **Ibu Soepatini, SE, Msi** dan **Ibu Rini Kuswati, SE, MM** selaku dosen penguji yang telah banyak membantu dan memberi pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
6. **Bapak** dan **Ibu dosen** pengajar jurusan Manajemen yang telah berkenan untuk memberikan ilmunya.
7. Ayah dan ibuku (**Paryono** dan **Kustini**) yang tak henti menasehati, mendukung, menyayangi dan tak pernah lelah mendoakanku disetiap sujud panjangnya.
8. Semua pihak yang belum aku sebut, terima kasih.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan kekurangan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Maret 2007

Penulis

Randy Suryo Mahendro

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAKSI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Pemasaran	6
B. Periklanan	8
C. Perilaku Konsumen	20
D. Sikap.....	23
E. Penelitian Terdahulu	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Kerangka Pemikiran.....	32
B. Definisi Operasional Variabel	33
C. Hipotesis	34
D. Populasi dan Sampel	34
E. Metode Pengambilan Sampel	35

F. Data dan Sumber Data	36
G. Metode Pengumpulan Data	36
H. Pengujian Instrumen	36
I. Analisa Data	38
BAB IV ANALISA DATA	43
A. Deskripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.....	43
B. Deskripsi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta	50
C. Data dan Analisa Data	52
D. Pengujian Instrumen (Shampoo Sun Silk).....	55
E. Analisa Data (Shampoo Sun Silk).....	57
F. Pengujian Instrumen (Sepeda Motor Honda).....	63
G. Analisa Data (Sepeda Motor Honda).....	65
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Saran - Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Program Studi Universitas Muhammadiyah Surakarta	48
Tabel 4.2 Jumlah Mahasiswa	52
Tabel 4.3 Fakultas Responden	53
Tabel 4.4 Umur Responden	54
Tabel 4.5 Rata-rata Uang Saku Responden.....	55
Tabel 4.6 Uji Validitas (Shampoo Sun Silk).....	55
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas (Shampoo Sun Silk)	57
Tabel 4.8 Uji Validitas (Sepeda Motor Honda)	64
Tabel 4.9 Uji Reabilitas (Sepeda Motor Honda).....	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Lima M dalam Periklanan	10
Gambar 2.2 <i>Brand Believe</i> Mempengaruhi Evaluasi Terhadap Merek	30
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Gambar Struktur Organisasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.....	47

ABSTRAKSI

Pengaruh Keyakinan akan Manfaat Produk, Keyakinan akan *image* Produk dan Sikap Terhadap Iklan Pada Sikap Konsumen Terhadap Produk Shampoo Sun Silk dan Sepeda Motor Honda

Randy Suryo Mahendro, B.100 020 012

Pada era globalisasi sekarang ini perkembangan dunia yang semakin pesat dan banyak melahirkan teknologi baru, tak terkecuali teknologi dibidang periklanan, dengan perkembangan pasar yang seperti ini sangat berpengaruh pada strategi perusahaan dalam memasarkan, menawarkan, dan memperkenalkan produk kepada konsumen. Biasanya suatu perusahaan akan menggunakan strategi iklan sebagai sarana promosi untuk menarik minat konsumen terhadap produk.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui apakah sikap konsumen terhadap produk dipengaruhi oleh keyakinan akan manfaat produk, keyakinan akan *image* produk dan sikap terhadap iklan, (2) Untuk mengetahui Apakah keyakinan akan manfaat produk, keyakinan akan *image* produk dan sikap terhadap iklan berpengaruh secara bersama-sama pada sikap konsumen terhadap produk shampoo sun silk dan sepeda motor honda.

Alat analisa yang dipakai dalam penelitian ini adalah Uji Validitas dan Uji Reliabilitas yang digunakan untuk mengetahui kevalidan dan keandalan dari kuesioner yang dipakai. Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi (R^2) yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel keyakinan akan manfaat produk, keyakinan akan *image* produk dan sikap terhadap iklan pada sikap konsumen terhadap produk Shampoo Sun Silk dan Sepeda Motor Honda.

Persamaan regresi shampoo sun silk menghasilkan $Y = 2,808 + 0,338 X_1 + 0,222 X_2 + 0,252 X_3 + e$ dan sepeda motor honda menghasilkan $Y = 4,658 + 0,258 X_1 + 0,195 X_2 + 0,273 X_3 + e$.

Pada penelitian ini semua variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap pembentukan sikap konsumen terhadap produk, untuk itu perusahaan periklanan perlu mempelajari variabel keyakinan akan manfaat produk dan sikap terhadap iklan dalam penentuan iklannya dalam strategi pemasarannya, dimana hasil penelitian untuk shampoo sun silk menghasilkan keyakinan akan manfaat produk dan sepeda motor honda menghasilkan sikap terhadap iklan mempunyai nilai yang cukup tinggi.

Kata kunci: Pengaruh Iklan, keyakinan produk.