

HUBUNGAN DAYA TARIK IKLAN TELEVISI DENGAN MINAT BELI PRODUK

(Studi korelasi hubungan antara *rational appeals* dan *emotional appeals* iklan kartu AS versi ‘Ga Punya Pulsa’ dengan minat beli produk kartu AS pada Mahasiswa Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta berdasarkan kelompok referensi)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

YANNY HARIATI

080903528/kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

HUBUNGAN DAYA TARIK IKLAN TELEVISI DENGAN MINAT BELI PRODUK

(Studi korelasi hubungan antara *rational appeals* dan *emotional appeals* iklan kartu AS versi 'Ga Punya Pulsa' dengan minat beli produk kartu AS pada Mahasiswa Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta berdasarkan kelompok referensi)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Yanny Hariati

08903528

Disetujui Oleh:



Drs. Ign. Agus Putranto, M. Si

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi: Hubungan Daya Tarik Iklan Televisi dengan Minat Beli Produk (Studi korelasi hubungan antara *rational appeals* dan *emotional appeals* iklan kartu AS versi 'Ga Punya Pulsa' dengan minat beli produk kartu AS pada Mahasiswa Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta berdasarkan kelompok referensi)

Penyusun : Yanny Hariati

NIM : 080903528

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari/ Tanggal : Jum'at, 15 Juni 2012

Pukul : 12.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

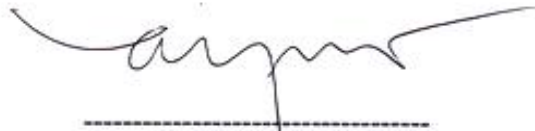
Y. Bambang Wiratmojo, M. A

Penguji Utama



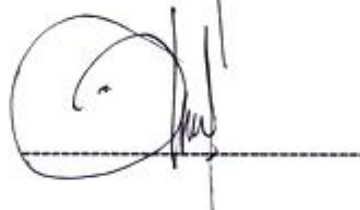
Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji I



Dyah Ayu Retno W., M. Si.

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yanny Hariati
Nomor Mahasiswa : 080903528
Program Studi : Komunikasi
Judul Karya Tulis : Hubungan Daya Tarik Iklan Televisi dengan Minat Beli Produk (Studi korelasi hubungan antara *rational appeals* dan *emotional appeals* iklan kartu AS versi 'Ga Punya Pulsa' dengan minat beli produk kartu AS pada Mahasiswa Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta berdasarkan kelompok referensi)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal atau otentik. Apabila dikemudian hari diduga kuat ada keidaksengajaan antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadara sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 7 Juni 2012

Saya yang menyatakan,



Yanny Hariati

"Wujudkan impian dan ciptakan keajaiban"
-Yanny Hariati

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

**Kedua Orang Tuaku*

Harry Santoso

Inna Poerwaningsih

**Almarhum eyang kakung dan eyang putri*

R. H. Moch. Moestadjab

Hj. Sayati

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbilalamin, penulis ucapkan rasa syukur yang terdalam pada sang pencipta. Segala puji bagi Allah SWT, berkat keridhoanNya dan seizinNya skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi dengan judul Hubungan Daya Tarik Iklan Televisi dengan Minat Beli Produk (Studi korelasi hubungan antara *rational appeals* dan *emotional appeals* iklan kartu AS versi ‘Ga Punya Pulsa’ dengan minat beli produk kartu AS pada Mahasiswa Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta berdasarkan kelompok referensi) menjadi sebuah perjuangan yang penuh tantangan bagi penulis. Saya persembahkan tulisan ini khusus untuk kedua orangtuaku yang kucintai serta penulis dedikasikan pada almarhum yangkung dan yangti yang ada di surga.

‘Optimis, yakin dan semangat’, menjadi tiga modal dasar fondasi yang ditanamkan penulis dalam dirinya. Sedikit ngotot dan ngeyel menjadi bumbu tersendiri dalam penyelesaian skripsi ini, menjauhkan diri dari keluh kesah dan mendekatkan diri pada usaha yang tanpa henti. **Skripsi** satu kata yang seolah mendengung begitu keras ditiap harinya dalam otak penulis. Mencoba berpetualang dengan pencarian data, penyebaran kuisisioner, olah data, hingga analisis dan penyelesaian laporan serta berburu bimbingan setiap pagi dengan dosen pembimbing. Satu kata “seru”, serius saya sangat menikmati proses ini, proses peneguhan menurut saya, dan proses yang penuh dinamika khas anak kuliah semester akhir. Pelajaran terbaiknya adalah bertanggung jawab atas apa

yang dikerjakan dan dilakukan, menghargai waktu melebihi apapun, dan bersyukur dikelilingi orang-orang yang selalu mendukung dengan tulus ikhlas.

Salah satu hal yang menarik dalam proses penyelesaian skripsi ini adalah hobi saya yang mulai terasah dengan baik yaitu bersyukur, bersyukur, dan bersyukur tiap waktunya. Berbagi tiada henti, berbaur dengan siapapun tanpa memandang kelas dan status, banyak obrolan, banyak masukan. Mereka yang menyemangati dan mereka yang menginspirasi, berikut nama-nama yang ingin penulis haturkan banyak terimakasih.

1. **Allah SWT**, Sang Pencipta, Sang Pemilik Kehidupan, Sang Pembuat Keajaiban. Terimakasih atas waktu dan kesempatan yang Engkau berikan, segala kreatifitas yang Kau berikan padaku dan segala kelancaran selama skripsi ini. Tanpa kehendakMu apalah arti perjalanan yang panjang ini, sujudku, dzikirku disetiap waktunya. Terimakasih ya Allah, Alhamdulillah, alhamdulillahirobillalamin.
2. Pemberi dukungan terbaik, sahabat, orangtua serta teman terbaik. Papaku tercinta **Harry Santoso** dan Mamaku **Inna Poerwaningsih**, terimakasih terimakasih banyak pa ma. Selangkah lagi menuju sukses, biarkan anakmu ini selalu berbakti pada kalian. Perjalanan petualangan keluarga kita mengarungi kehidupan bersama, segala petuah yang kalian berikan dan dorongan keyakinan yang kalian tumbuhkan padaku membuatku semakin menghargai kalian. Terimakasih...
3. Kakakku **Mochammad Bachtiar**, makasih ya kak untuk segala semangat dan setiap bantuan yang kakak kasih buat aku. Ayo kita kembangkan

usaha kuliner kita, terselesaikannya skripsi ini menjadi jalan pembuka untuk lebih mematangkan diri dalam berkarir, mari ciptakan perusahaan bersama, kita wujudkan cita-cita untuk menciptakan banyak lapangan kerja bagi sekeliling kita.

4. **Tante Endang Mariana**, sosok tante serta perempuan independent yang selalu membuatku salut, terimakasih atas segala saran, kritik, dan masukkannya. Tante Luar Biasa!
5. Sang inspirator serta peneguh setiap langkahku, almarhum eyang kakung dan eyang putri, **R. H. Moch. Moestadjab** dan **Hj. Sayati**. Kalian berdua inspirasiku, terimakasih telah memberi memori dan pelajaran terbaik dalam hidupku.
6. **Bpk. Drs. Ign. Agus Putranto, M. Si**, sebagai dosen pembimbing skripsi sekaligus motivator pendidikan yang menyenangkan. Terimakasih untuk waktu serta saran dan kritiknya. Banyak hal menarik yang saya dapat dari bapak, terutama berpikir secara kreatif dan *out of the box*. Saya banyak belajar dari bapak, terimakasih banyak untuk bimbingannya selama ini pak.
7. **Bpk. Bambang Wiratmojo, M. A**, selaku penguji yang sudah member banyak masukan untuk revisi skripsi ini.
8. **Ibu Dyah Ayu Retno W., M. Si.**, selaku penguji yang juga sudah memberi banyak masukan untuk revisi skripsi ini.
9. Kampus **FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta**, bapak/ ibu dosen dan karyawan yang sudah banyak membantu dalam aktivitas perkuliahan,

para bapak satpam yang selalu ramah, mas-mas CS dengan senyuman khasnya dan karyawan TU yang sering saya repoti, terimakasih banyak atas kerjasama dan suasana kekeluargaan yang selalu kalian tawarkan.

10. **Teater Lilin**, organisasi pertama yang saya ikuti. Tidak hanya belajar tentang seni peran, tapi berorganisasi berada di depan dan di balik layar memberikan tempaan tersendiri bagi saya. **Mas Pulung**, pelatih teater sekaligus tempat curhat saya, terimakasih banyak untuk dukungannya selama ini. **David Eka Issetiabudi**, kawan sekaligus lawan yang penuh kritik dan patner menyenangkan untuk berdiskusi, terimakasih! **Fransiska Tieka**, sahabat/ saudara/ teman sepermainan pokoknya lengkap, terimakasih selalu memberi dukungan dan memberi semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini. **Mbak Arum**, walau diawal sempat di buat bete saat pertama kali mengikuti teater, tapi banyak wejangan-wejangan dari mbak yang selalu saya ingat. Terimakasih pernah mempercayakan banyak hal pada saya saat kita berproses di teater. Hugo, Peppy, Eci, Susi, Koplak, Mitha, Satria, Tarno, Karin, Tina, Tyas, Mbak Nilam, Mbak Alit serta teman-teman teater lainnya.

11. **Forkomi UAJY (Forum Komunikasi Mahasiswa Islam UAJY)**, organisasi muslim yang saya rintis bersama empat orang sahabat saya. Organisasi yang membuat saya jatuh cinta dengan kesederhanaan, pola keluarga, dan mendengungkan doa dalam kalbu. Terimakasih pada sahabat-sahabat serta keluarga besar FORKOMI atas segala bantuan, semangat, dan dukungan yang dahsyat yang kalian berikan pada saya.

Terimakasih pula pada empat sahabat saya yang mau turut serta dalam berproses dan merintis komunitas ini **Galang Rahmadhani, Henky Praboto, Rifki, dan Septi**. Serta adek-adekku yang selalu memberikan keceriaan **Eka, Hanggih, Zena, Ibnu, Didi, Indah, Theo, Agus, Andra, Astri, Sigit, Amanda, Angga, Kaori, Tika, dan Levi**. Terimakasih selalu hadir dalam suka duka, menjadi keluarga kecil yang menyenangkan. Memberikan warna tersendiri dalam perjalanan hidup saya, saya tak henti bersyukur kalian masuk dalam kehidupan saya, terutama ‘kekeluargaan’ yang kita bentuk seolah menjadi ikatan tersendiri. Tidak hanya bekerjasama bersama tapi juga berbagi, dan ibadah bersama.

12. **Bohlam Adv**, senang bisa masuk dalam organisasi advertising ini. Banyak memberikan saya ruang untuk berpikir kreatif dan menambah jaringan pertemanan dengan orang-orang yang tak pernah lelah berkarya dan berkompetisi. **Kak Utie**, terimakasih untuk obrolan singkat dan saran yang selalu saya ingat. **Mas Pungkas**, walau saya tidak terlalu mengenalnya, tapi project DiveMag memberikan banyak gambaran bagi saya seputar dunia kerja yang sebenarnya, terimakasih kritik yang pernah anda berikan untuk saya. **Tita**, ibu ketua Bohlam yang selalu membuat saya salut, mungkin tagline salah satu rokok cocok untuk mencerminkannya “talk less do more”, terimakasih mempercayakan pada saya beberapa kegiatan termasuk bagian yang saya suka adalah jadi MC haha.. **Indruw**, semangatnya dan kejenakaannya membuat saya terinspirasi untuk tidak pernah menyerah dalam merintis sebuah organisasi, terimakasih untuk

sharing yang menyenangkan bung! Terimakasih juga untuk Bobby, Citra, Kandi, Theo, Yogi, Natal, Yovita, Zendy, Keke, Mel-mel, seluruh keluarga besar Bohlam yang penuh semangat kreatifitas, senang mengenal kalian. SATU KESATUAN, BOHLAM! Hehe..

13. **Kos Raga**, rumah sekaligus sarang berkumpulnya perempuan-perempuan cerewet yang aktif dan suka bergosip. Spesial untuk tetangga samping kamarku **Monika**, terimakasih sudah selalu mendukung setiap langkahku, pemberi kritik dan saran terbaik serta teman menyenangkan untuk berdiskusi dan bertukar informasi. **Juneta, Icha, Putri, Dian, Jeje, Geby, Melina, Jenni, Vicky** terimakasih menjadi penyemangat terbaik dan saya belajar banyak hal dari kalian. Kos Raga oh yeaaaah ☺
14. **Oom Ronald** dan **Tante Indra**, bapak ibu kos yang selalu ramah dan penuh senyum. Terimakasih untuk kesabaran dan kebaikan yang telah kalian berikan selama ini.
15. **Srengenge Marketing Communication Agency**, terimakasih memberikan ruang bagi saya untuk merasakan dunia kerja yang singkat. Spesial untuk **as Mas Aat, Mbak Betty, Mbak Dessy, Mas Affi, dan Mbak Tika** terimakasih sudah menjadi teman curhat yang menyenangkan, terimakasih juga untuk saran-saran yang diberikan pada saya selama ini. Kalian Luar Biasa!
16. **Ustad Hery**, guru spiritual yang kocak dan gaul yang selalu memberikan bimbingan pada saya untuk selalu mengingat Allah, berdoa, dan berbagi.

Terimakasih untuk setiap motivasi dan pengetahuan yang ustad berikan pada saya.

17. **Oom Ewin** dan **Tante Ayu**, terimakasih untuk setiap dukungan dan bantuannya selama ini. Kalian keluarga terdekat yang saya miliki di Jogja, sekali lagi terimakasih selalu sempat menjenguk saya waktu saya sakit ☺
18. **Anjarsari Resmaningrum**, teman satu angkatan, seperjuangan. Sahabat sekaligus teman sharing selama skripsi yang kebetulan sama-sama key-in bareng dan mengambil dosen pembimbing skripsi yang sama. Semangat menggebu-gebumu Njar membuatku semakin optimis untuk segera menyelesaikan skripsi ini, semangaaaat.
19. **Yulian Iferisanto**, sahabat masa kecil yang sempat menghadiahkan saya buku karya Rene Suhardono. Terimakasih buku yang luarbiasa membuat saya memandang pekerjaan dan karier sebagai pilihan yang menyenangkan dan bukan menjadikannya sebuah beban.
20. **Joyful Family**, teman-teman terkocak yang penuh kejutan, terimakasih untuk semangat dan acara ngumpul kita yang selalu dihiasi canda tawa. **Dani Putro, Kiky Natalia, Mamba, Dandy, Theo, Reno Romeo, Ratna Juwita, Yuda, Reinard, Ryo Poety**, dan **David**. Mari tunjukkan ke-Optimisan kita, mari berkarya, dan berjumpa 10 tahun lagi di desa saya Kalibaru yaa... Yuk wujudkan mimpi kecil kita, Joyful Corporation!!!
21. **Pak Tung Desem Waringin**, motivator sekaligus guru saya yang banyak memberi pelajaran berharga bagi saya tentang pergerakan, perubahan, keyakinan, serta *take action* pada setiap hal yang kita yakini, jalan menuju

sukses di depan mata woi hehe. Serius, terimakasih banyak ya pak atas motivati bapak, salam dahsyat selalu!

22. Sahabat-sahabat saya sejak semester satu, yang selalu siap sedia mendengar keluh kesah dan memberikan dukungan satu sama lain, **Dian Carita, Shinta Dwi, Soca, Puput, Ajeng, Ratih, dan Galuh Kade**. Terimakasih atas spirit dan semangat yang kalian tularkan pada saya.

23. **Romo Busyet**, pendengar terbaik setiap cerita-cerita yang saya miliki. Terimakasih untuk masukan romo selama ini ya, romo tunggu satu buku karya saya, berikan sedikit kata-kata romo untuk saya.

24. **Onang Feri**, terimakasih untuk setiap dukungan dan sudah menyempatkan waktu untuk hadir dalam sidang saya, makasih yaa..

25. **Hifni**, terimakasih untuk kekocakkan dan cletukan-cletukan yang sering membuat saya tersenyum lebar. Semangaaat mas 😊

26. Semua pihak yang belum disebut, yang secara langsung maupun tidak langsung membantu tersusunnya penelitian ini, terimakasih banyak.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
ABSTRAKSI	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Teori	7
F. Kerangka Konsep	19
G. Hipotesis	22
H. Definisi Operasional	23
I. Metode Penelitian	26
1. Metode Penelitian	26
2. Jenis Penelitian	26
3. Lokasi Penelitian.....	26
4. Populasi dan Sampel.....	27
5. Teknik Pengumpulan Data.....	29
6. Metode Analisis Data.....	29

BAB II OBJEK PENELITIAN

A. Profil Telkomsel	32
1. Produk Telkomsel	32
2. Layanan Telkomsel.....	32
3. Logo Kartu As	34
4. Deskripsi Kartu As	34

BAB III ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

A. Analisis Data.....	35
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas	38
3. Analisis Karakteristik Responden.....	39
4. Deskripsi Variabel Independen (X)	40
5. Deskripsi Variabel Dependen (Y).....	44
6. Deskripsi Variabel Kontrol (Z).....	46
B. Analisis Data.....	49
C. Pembahasan	51

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	56
B. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA	58
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Belanja Iklan Indonesia	2
Tabel 2	Belanja Iklan Operator Seluler di Indonesia Tahun 2010	3
Tabel 3	Jumlah Pelanggan Operator Selular di Indonesia	4
Tabel 4	Data Mahasiswa Aktif Ilmu Komunikasi UAJY	28
Tabel 5	Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 6	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	38
Tabel 7	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	39
Tabel 8	Kategorisasi Berdasarkan Daya Tarik Iklan Televisi	41
Tabel 9	Presentase Masing-masing Butir Pernyataan Variabel X	41
Tabel 10	Deskripsi Data Variabel Minat Beli Produk	45
Tabel 11	Presentase Masing-masing Butir Pernyataan Variabel Y	45
Tabel 12	Deskripsi Data Variabel Kelompok Referensi.....	47
Tabel 13	Presentase Masing-masing Butir Pernyataan Variabel Z.....	48
Tabel 14	Hasil Korelasi Variabel X dengan Y dikontrol Variabel Z.....	50
Tabel 15	Interpretasi Koefisien Korelasi	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Diagram Hubungan antar Variabel	22
Gambar 2 Logo Kartu AS	34
Gambar 3 Iklan Kartu AS versi ‘Ga Punya Pulsa’	34



ABSTRAKSI

HUBUNGAN DAYA TARIK IKLAN TELEVISI DENGAN MINAT BELI PRODUK

(Studi korelasi hubungan antara *rational appeals* dan *emotional appeals* iklan kartu AS versi ‘Ga Punya Pulsa’ dengan minat beli produk kartu AS pada Mahasiswa Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta berdasarkan kelompok referensi)

Persaingan yang ketat terjadi pada operator telekomunikasi seluler di Indonesia. Fenomena perang tarif murah dan memberikan layanan terbaik oleh operator seluler semakin gencar dilandasi oleh pengguna telepon seluler di Indonesia mengalami peningkatan tiap tahunnya. Sebagian perusahaan lebih memilih untuk beriklan di media televisi sebagai alternatif periklanan yang dianggap menarik dan efektif.

Telkomsel merupakan salah satu perusahaan seluler yang cukup sering menampilkan produk-produk selulernya dilayar kaca. Hal ini terlihat pada besarnya biaya iklan yang dikeluarkan Telkomsel yang mencapai 1,4 triliun rupiah. Akan tetapi, biaya yang dikeluarkan terbilang banyak karena Telkomsel memiliki tiga produk. Salah satunya Kartu AS yang pangsa pasara anak muda menjadi produk andalan Telkomsel, beberapa iklannya diluncurkan. Iklan yang terkenal dengan kalimat ‘aku nggak punya pulsa’, menjadi salah satu iklan andalan dari produk kartu AS Telkomsel.

Sutisna (2001:278) mengungkapkan dalam penampilan pesan yang mampu membujuk, membangkitkan dan mempertahankan ingatan konsumen akan produk yang ditawarkan, memerlukan daya tarik bagi *audiens* sasaran, daya tarik sangat penting karena akan meningkatkan keberhasilan komunikasi dengan *audiens*. Daya tarik dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu *rational appeals* dan *emotional appeals*.

Seperti halnya yang terjadi pada Kartu AS yang berusaha mempromosikan produknya dengan menarik konsumen melalui iklan yang melibatkan *rational appeals* dan *emotional appeals* *audiens* dalam iklan, sebagai salah satu usaha untuk melakukan peningkatan penjualan terhadap produknya, diharap menggugah minat beli produk pada konsumen.

Untuk melihat hubungan daya tarik iklan dengan minat beli produk maka diukur berdasarkan indikator *rational appeals* dan *emotional appeals*, serta kelompok referensi sebagai variabel kontrolnya. Variabel kontrol digunakan untuk melihat adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi daya tarik iklan dengan minat beli produk, dimana kelompok referensi merupakan kelompok yang dapat memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang (Kotler, 1994:234). Pengukuran ini menggunakan metode kuantitatif, dengan kuisioner sebagai alat ukurnya.

Variabel daya tarik iklan di televisi dan minat beli produk dikorelasikan dengan perolehan korelasi sebesar 0,275 masuk dalam kategori lemah, dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi antara variabel daya tarik iklan televisi dengan minat beli produk termasuk kategori lemah. Signifikansi yang ditunjukkan pada tabel tersebut sebesar 0,011 dengan demikian terdapat hubungan signifikansi antara variabel X dan variabel Y. Nilai korelasi antara hubungan daya tarik iklan televisi dan minat beli produk dengan kelompok referensi sebagai variabel kontrol 0,201 yang menandakan hubungan sangat lemah.

Kesimpulannya ketika minat beli dengan daya tarik dikontrol variabel kelompok referensi maka nilai korelasi daya tarik iklan televisi dan minat beli produk tidak signifikan, tetapi jika tidak di kontrol dengan variabel kelompok referensi hubungan antar variabel kedua variabel signifikan. Variabel kelompok referensi berdasarkan perhitungan ternyata memiliki korelasi yang lebih besar terhadap minat beli dibandingkan daya tarik dengan minat beli.

Kata kunci: *rational appeals*, *emotional appeals*, minat beli produk