

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MEDIA IKLAN *BILLBOARD*  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Agnes Cintya Putri

NPM: 15 03 21998

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

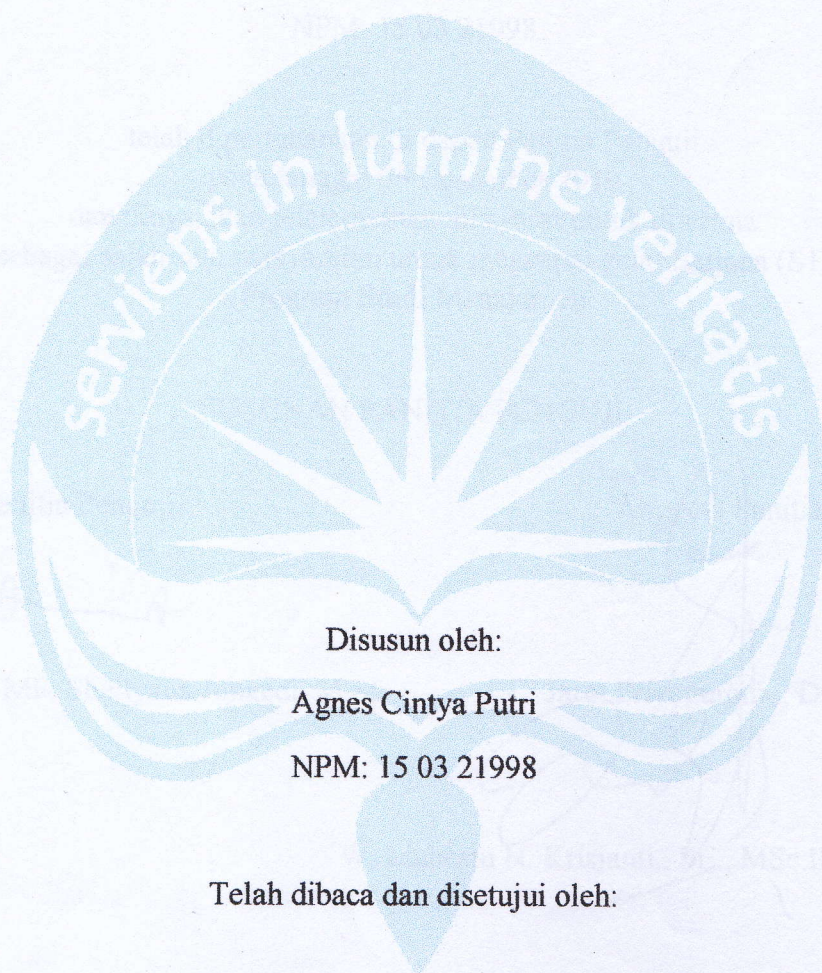
NOVEMBER 2019

**Skripsi**

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**

**SIKAP MEDIA IKLAN *BILLBOARD***

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**



Disusun oleh:

Agnes Cintya Putri

NPM: 15 03 21998

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A large, stylized handwritten signature in black ink, belonging to C. Jarot Priyogutomo, is positioned to the left of the name.

A smaller, more compact handwritten signature in black ink, belonging to Agnes Cintya Putri, is positioned to the right of the name.

C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA

11 November 2019



Skripsi

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MEDIA IKLAN *BILLBOARD*  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Agnes Cintya Putri

NPM: 15 03 21998

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 06 Desember 2019  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana (S1)  
Program Studi Manajemen

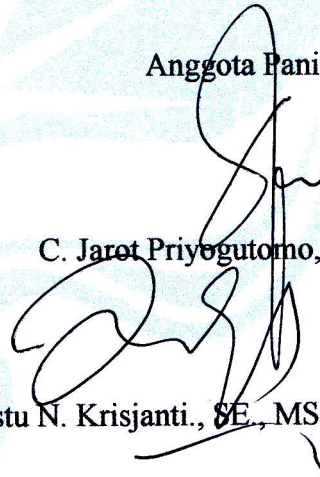
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Anggota Panitia Penguji



C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA

W. Mahestu N. Krisjanti., SE., MSc.IB., Ph.D.

Yogyakarta, 06 Desember 2019

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MEDIA IKLAN *BILLBOARD*  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya telah melakukan plagiasi pada penyusunan dan pembuatan skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 November 2019

Yang menyatakan



Agnes Cintya Putri

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus atas segala berkat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian ini berjudul “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Media Iklan *Billboard* Universitas Atma Jaya Yogyakarta”, dilakukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung melalui doa, semangat, dan kasih. Maka dalam kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu memberikan penyertaan-Nya dan kasih-Nya dalam keadaan apapun.
2. Bapak C. Jarot Priyogutomo, DRS., MBA. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu untuk membimbing saya dengan sabar, dan selalu memberikan kepercayaan bahwa saya mampu menyelesaikan skripsi dengan topik ini.
3. Orang tua, yang telah mendoakan, membimbing, memberikan *support*, dan meyakini bahwa saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Kakak saya yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dan pengarahannya melalui jarak jauh.
5. Keluarga besar “Sutiyo Family” yang selalu mendoakan juga memberikan saya semangat positif dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Kedua anjing kesayangan saya Carla dan Vio yang selalu setia menemani saat mengerjakan skripsi hingga tengah malam.
7. Bennasita Vhikara yang selalu sabar dan galak(?) hehe sama pengertian juga menjadi mentor pribadi saya dari awal pengerjaan skripsi ini sampai akhir.
8. Tim Giat Belajar (Kezia, Denok, Vika, Yovita, Steven, Elvan, Maya) yang selalu menemani mengerjakan skripsi, dan selalu memberikan nasihat-nasihat “berfaedahnya”.

9. Teman-teman seperjuangan skripsi, Felix, Joshua, dan Valita. *See you on top, guys!*
10. Paguyuban Lansia Aktif (Andri dan Kepo) terimakasih sayangku kalian selalu menghibur dengan kerecehan kalian, dan selalu ada saat aku butuhin.
11. Teman-teman penghuni grup TABAS (Distrik 3 KKN 75 Sintang) terimakasih buat segala cerita dan kelakuan kalian yang boleh kita lewati bersama! kalian keluarga baru yang selamanya tetap jadi keluarga ☺
12. Pembimbing dan pengurus Remaja GKI Ngupasan yang selalu mendoakan dan memberikan semangatnya, Terimakasih *Guys!*
13. Teman – teman ambyar EO yang memberikan semangat dan pembahasan recehnya hingga dapat menghibur dalam pengerjaan.
14. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu saran dan kritik yang membangun dan bermanfaat sangat diharapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Terima kasih.

Yogyakarta, 11 November 2019

Penulis

Agnes Cintya Putri

MOTTO

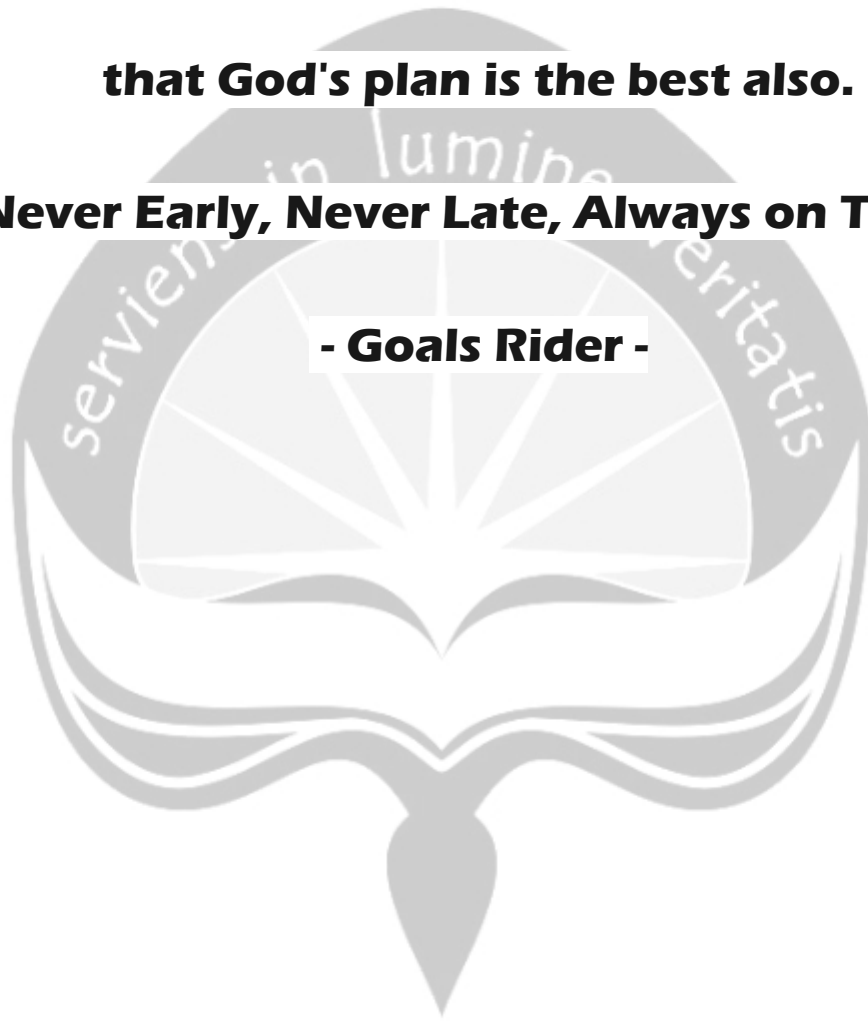
**“They say God's time is the best,**

**But you have to believe**

**that God's plan is the best also.**

**Never Early, Never Late, Always on Time”**

**- Goals Rider -**



**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MEDIA IKLAN  
BILLBOARD UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**Disusun oleh:**

**Agnes Cintya Putri**

**NPM: 15 03 21998**

**Pembimbing**

**C. Jarot Priyogutomo, DRS., MBA.**

**INTISARI**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi media iklan *billboard* Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis menggunakan metode kuantitatif yang menyebarkan kuesioner kepada seluruh mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang ada untuk mendapatkan data primer.

Penelitian ini berfokus pada variabel *Congruence*, *Symbolic Value*, *Distinctiveness*, *Media Emotion*, *Media Value*, dan *Attitude toward Billboard Advertising*. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, didapatkan 155 sampel yang diteliti. Pengujian instrumen kuesioner dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data pada penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM).

Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Congruence* memiliki pengaruh terhadap *Distinctiveness* tetapi variabel *Congruence* tidak memiliki pengaruh terhadap *Media Emotion*. variabel *Symbolic Value* memiliki pengaruh terhadap *Distinctiveness* dan *Media Value*, lalu *Distinctiveness* memiliki



pengaruh terhadap *Media Emotion*, variabel *Media Emotion* tidak memiliki pengaruh terhadap *Media Value* dan *Attitude*, dan variabel *Media Value* memiliki pengaruh terhadap *Attitude*.

Kata Kunci: iklan, *billboard*, *attitude*, OOH (*outdoor of home*)



## Daftar Isi

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
MOTTO .....	vii
INTISARI.....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.1 Perumusan Masalah.....	3
1.2 Tujuan Penelitian.....	5
1.3 Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Batasan Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penelitian .....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9

2.1.1	Iklan <i>Billboard</i> .....	9
2.1.2	<i>Congruence</i> .....	16
2.1.3	<i>Symbolic Value</i> .....	17
2.1.4	<i>Distinctiveness</i> .....	19
2.1.5	<i>Media Emotion</i> .....	21
2.1.6	<i>Media Value</i> .....	22
2.1.7	<i>Attitude toward Billboard Advertising</i> .....	24
2.2	Riset Terdahulu .....	26
2.3	Pengembangan Hipotesis .....	29
2.3.1	<i>Congruence, Symbolic Value, and Distinctiveness</i> .....	29
2.3.2	<i>Emotional Response</i> .....	30
2.4	Kerangka Penelitian .....	32
BAB III .....		33
METODOLOGI PENELITIAN .....		33
3.1	Pendekatan Penelitian .....	33
3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.3	Sampel Penelitian .....	34
3.4	Instrumen Penelitian dan Pengukuran .....	35
3.5	Definisi Operasional dan Ringkasan Variabel Penelitian .....	36
3.6	Pengujian Instrumen Penelitian .....	38
3.6.1	Uji Validitas .....	38

3.6.2	Uji Reliabilitas .....	38
3.7	Metode Analisis Data .....	39
3.7.1	Statistik Deskriptif .....	39
3.7.2	<i>Structural Equation Model</i> .....	39
BAB IV	.....	46
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	.....	46
4.1	Pengujian Instrumen.....	46
4.1.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	46
4.2	Analisis Data .....	49
4.2.1	Statistik Deskriptif .....	49
4.2.2	Uji Hipotesis .....	52
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	66
4.3	Pembahasan.....	69
4.3.1	Pengaruh <i>Congruence</i> terhadap <i>Distinctiveness</i> .....	69
4.3.2	Pengaruh <i>Symbolic Value</i> terhadap <i>Distinctiveness</i> .....	70
4.3.3	Pengaruh <i>Congruence</i> terhadap <i>Media Emotion</i> .....	70
4.3.4	Pengaruh <i>Distinctiveness</i> terhadap <i>Media Emotion</i> .....	71
4.3.5	Pengaruh <i>Symbolic Value</i> terhadap <i>Media Value</i> .....	72
4.3.6	Pengaruh <i>Media Emotion</i> terhadap <i>Media Value</i> .....	72
4.3.7	Pengaruh <i>Media Value</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	73
4.3.8	Pengaruh <i>Media Emotion</i> terhadap <i>Attitude</i> .....	74

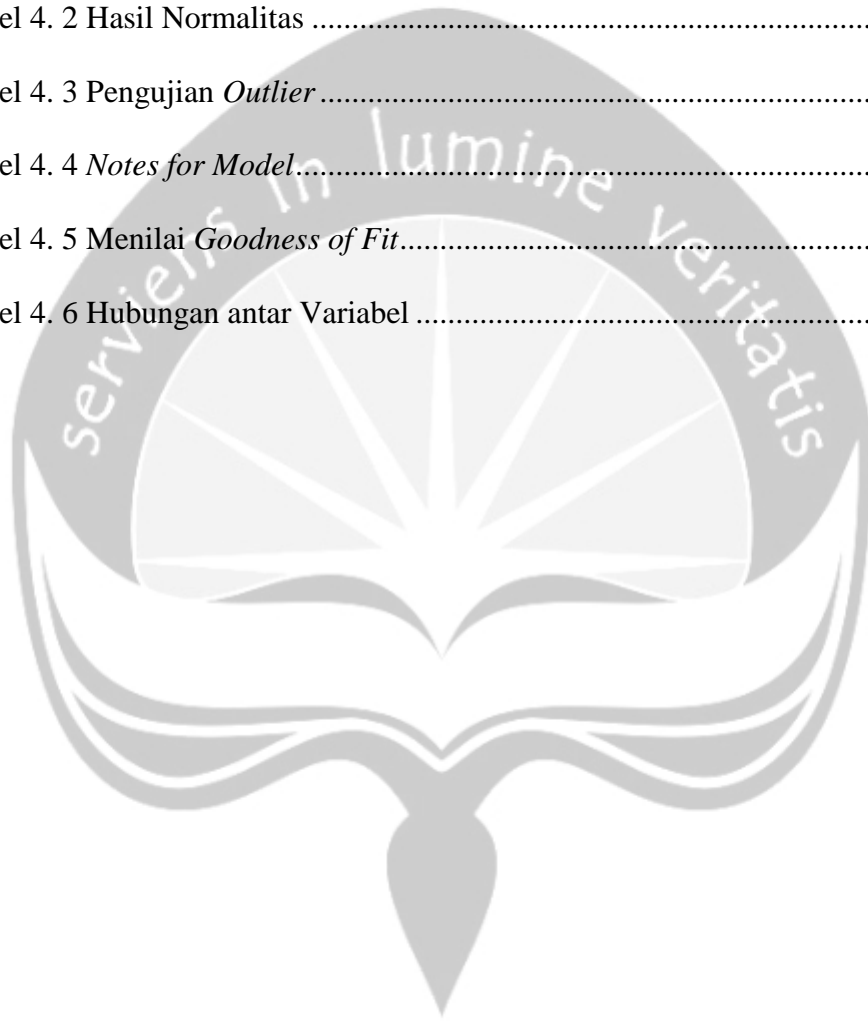
BAB V.....	75
PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Implikasi Manajerial.....	78
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	78
5.4 Saran Penelitian.....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN.....	83
KUESIONER.....	92





## Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3. 1 Definisi Oprasional .....	36
Tabel 3. 2 Ringkasan Variabel Penelitian .....	37
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas .....	48
Tabel 4. 2 Hasil Normalitas .....	55
Tabel 4. 3 Pengujian <i>Outlier</i> .....	58
Tabel 4. 4 <i>Notes for Model</i> .....	61
Tabel 4. 5 Menilai <i>Goodness of Fit</i> .....	63
Tabel 4. 6 Hubungan antar Variabel .....	66



## Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4. 1 Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Gambar 4. 2 Kelompok Responden Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4. 3 Kelompok Responden Berdasarkan Fakultas di UAJY .....	51
Gambar 4. 4 Diagram Alur.....	53
Gambar 4. 5 Persamaan Struktural.....	54
Gambar 4. 6 Nilai Batas <i>Mahalonobis Distance</i> .....	62

