

**HUBUNGAN ANTARA IKLAN PROMO DISKON MATAHARI DI HARIAN
KOMPAS DENGAN MINAT BELI MAHASISWI PEMBACA KOMPAS FISIP
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**(Studi Korelasional Antara Tingkat Kemenarikan Promo Diskon Matahari Yang Dilihat
Dari Bentuk Iklan, Besar Diskon, Naskah, Lay Out Dengan Minat Membeli Mahasiswi
Pembaca Harian Kompas Terhadap Produk Matahari)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S Sos)**

oleh

Ignatia Maria Agni Yudaningastuti
00 09 01427/Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2005**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

HUBUNGAN ANTARA IKLAN PROMO DISKON MATAHARI DI HARIAN KOMPAS DENGAN MINAT BELI MAHASISWI PEMBACA KOMPAS FISIP UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

**(Studi Korelasional Antara Tingkat Kemenarikan Promo Diskon Matahari Yang
Dilihat Dari Bentuk Iklan, Besar Diskon, Naskah, Lay Out Dengan Minat Membeli
Mahasiswi Pembaca Harian Kompas Terhadap Produk Matahari)**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S Sos)**

Oleh:

**Ignatia Maria Agni Yudaningastuti
00 09 01427/Kom**

**Mengetahui,
Dosen Pembimbing**



Drs. Ign Agus Putranto, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Antara Iklan Promo Diskon Matahari Di Harian
Kompas Dengan Minat beli Mahasiswi Pembaca Kompas FISIP
Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penyusun : Ignatia Maria Agni Yudaningastuti

NIM : 00 09 01427/Kom

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada

Hari / Tanggal : Selasa, 2 Agustus 2005

Pukul : 16.30 – 17.45 WIB

Tempat : Ruang Ujian Skripsi FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si
Penguji Utama

F. Anita Herawati, SIP. M.Si
Penguji I

Drs. Setio Budi HH, M.Si
Penguji II

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ignatia Maria Agni Yudaningastuti
Nomer Mahasiswa : 01427
Program Studi : Komunikasi
Judul Karya Tulis : Hubungan Antara Iklan Promo Diskon Matahari di harian Kompas Dengan Minat Beli Mahasiswi Pembaca Kompas Fisip Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.


Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila kemudian hari diduga kuat dan ada ketidak kesesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau kesarjanaan.

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

Yogyakarta, 18 Agustus 2005

Saya menyatakan.


Ignatia Maria Agni Yudaningastuti

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan untuk:

Yesus Kristus & Bunda Maria

KAU selalu memberiku kehidupan, kebahagiaan, kedamaian dan kekuatan.

Papa, Mama & Familys

Selalu memberiku kekuatan ketika aku lemah, membuatku tertawa kapan saja, tempatku bercerita segala kesulitan hidup dan mendukungku dalam segala kondisi.

KATA PENGANTAR

Penulisan skripsi ini merupakan persyaratan tugas akhir yang harus dipenuhi untuk mencapai jenjang Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam skripsi ini yang menjadi fokus penelitian adalah mengenai “Hubungan antara iklan promo diskon Matahari di harian Kompas dengan minat beli mahasiswi pembaca Kompas FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta”. Meskipun tugas akhir ini telah diselesaikan, namun penulis sadar betul bahwa penelitian ini masih belum sempurna. Oleh karena keterbatasan yang dimiliki penulis, memungkinkan adanya pembenahan dan penyempurnaan terhadap skripsi ini. Selibhnya penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan bagi yang membacanya.

Pada lembar ini penulis menghaturkan terima kasih yang teramat dalam kepada:

- ♦ *Yesus Kristus & Bunda Maria*, yang telah mengabdikan doaku selama ini dan memberikan kekuatan dalam menyelesaikan ini semua.
- ♦ *Papa & Mama*, memberikannku semangat dalam setiap langkahku dan kepercayaan selama jauh dari kalian. *My little sister & brother*, kalian tempat bergosip yang uenak dan kegendutan yang membuatku kangen rumah.

- ♦ **My second Parents alias Pakde & Bude**, yang selalu siap mendokanku dalam segala hal. Selalu menyediakan tempat, waktu dan makanan ketika aku pulang ke Solo. **Simbahku tercinta**, yang selalu ceria dan gemar bercerita padaku. **Mas andre**, yang banyak kasih masukan + ngomel-ngomel suruh cepet lulus. **Mas Bet**, thax atas semangat balapan lulusnya.
- ♦ **Pak Agus Putranto**, selaku dosen pembimbing dan penguji utama. Terima kasih banyak atas bimbingan, kesabaran dan waktu yang diberikan kepada penulis selama menyusun skripsi.
- ♦ **Bu Anita**, selaku dosen penguji I dan **Pak Setio** selaku dosen penguji II, yang telah memberi banyak masukan dan bimbingan kepada penulis.
- ♦ **Pak FX. Gunawan**, matur nuwun sanget atas segala bantuan yang diberikan kepada penulis.
- ♦ **Tante theo (minuk) & Mas Andis**, matur nuwun atas komputer, printer n kenyamanan like a homy.
- ♦ **Wiwien**, temanku dari SD, teman tidur, curhat dan sekaligus psikologku. Pokoke ter-muah.....
- ♦ **Mas Kikie**, kamu teman, abang, musuh, tempat curhat n tukar pikiran yang cihuyyyyyyyy.
- ♦ **My chuby Bowo**, thax for everything n omelan-omelan yang lucu, kamu memang WOW. **Bang Francis**, u give me a new spirit n selalu kasih masukan yang okay.
- ♦ **Lili n li mei**, kalian memberiku semangat n motivasi biar cepet lulus.

❖ Para pejuang skripsi: Lina, Dewi, Intan, Eva, Cyntia, Heny n siapa aja yang lagi skripsi thax atas dukungannya n tukeran buku-buku nan tebal.

❖ Mung-Mung, Susi n Andrew, kalian buat aku ingin cepat lulus n menyusul kalian kerja. Thax dukungan via telepon yang tak pernah putus.

❖ Wity, yang selalu menemaniku waktu tidur, ngetik n membuatku hangat dengan bulumu yang tebal.

N for everyone yang tak bisa ku sebutkan satu persatu. Matur nuwun sanget.

Yogyakarta, Agustus 2005

Penulis

I M Agni Yudaningastuti

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---------------------------------|----------------|
| Judul | i |
| Halaman Persetujuan | ii |
| Halaman Pengesahan | iii |
| Halaman Pernyataan | iv |
| Halaman Persembahan | v |
| Kata Pengantar | vi |
| Daftar Isi | ix |
| Daftar Gambar | xii |
| Daftar Tabel | xiii |
| Abstraksi | xvi |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 6 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Kerangka Teori | 6 |
| D.1. Komunikasi Pemasaran | 6 |

| | |
|---|-----------|
| D.2. Proses Komunikasi Pemasaran | 9 |
| D.3. Iklan | 12 |
| D.4. Media | 15 |
| D.5. Promo Diskon | 18 |
| D.6. Minat Beli | 25 |
| D.7. Marketing To Women | 29 |
| E. Kerangka Konsep | 30 |
| F. Hipotesis | 33 |
| G. Definisi Operasional | 34 |
| H. Metodologi Penelitian | 36 |
| | |
| BAB II. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN | 44 |
| A. Gambaran Umum PT. Matahari Putra Prima | 44 |
| A.1. Visi dan Misi | 46 |
| A.2. Matahari Department Store (MDS) | 46 |
| A.3. Susunan Pimpinan Matahari Department Store | 48 |
| A.4. Karakteristik Iklan Promo Diskon Matahari di Harian Kompas | 49 |
| B. Deskripsi Fispol Universitas Atma Jaya Yogyakarta | 53 |
| B.1. Visi dan Misi Fispol Universitas Atma Jaya Yogyakarta | 53 |
| B.2. Tujuan Pendidikan | 54 |
| B.3. Program Studi dan Konsentrasi | 54 |
| B.4. Karakteristik Mahasiswa FISIP UAJY | 58 |

| | |
|---|------------|
| BAB III. ANALISA DATA | 61 |
| A. Temuan Data | 61 |
| B. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Kuesioner | 62 |
| C. Distribusi Frekuensi | 67 |
| D. Analisis Uji Korelasi Pearson dan Regresi Berganda | 110 |
| E. Analisa Data | 115 |
| BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN | 130 |
| A. Kesimpulan | 130 |
| B. Saran | 131 |

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|----------------|
| 1. Proses Komunikasi Pemasaran Menurut Philip Kotler | 10 |
| 2. Proses komunikasi Pemasaran Menurut Uyung Sulaksana | 10 |
| 3. Iklan Promo Diskon Kemenarikan Bentuk Iklan, Besar Diskon, dan Naskah Iklan..... | 50 |
| 4. Iklan Promo Diskon Tampilan Model Iklan | 51 |
| 5. Iklan Promo Diskon Kemenarikan Lay Out | 52 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|---|----------------|
| 1. Jumlah Mahasiswi FISIP UAJY | 37 |
| 2. Pendistribusian Responden tiap Angkatan | 38 |
| 3. Perincian Mahasiswa/I FISIP Angkatan 2002-2004 | 59 |
| 4. Pengukuran Analisis Butir | 63 |
| Distribusi Frekuensi | 67 |
| 5. Angkatan | 67 |
| 6. Uang Saku / Pengeluaran Sebulan | 68 |
| 7. Kemenarikan Warna | 69 |
| 8. Kemenarikan Tampilan Produk | 70 |
| 9. Kemenarikan Ukuran | 71 |
| 10. Kategorial Kemenarikan Bentuk Iklan | 72 |
| 11. Kemenarikan Diskon Kurang dari 40% | 73 |
| 12. Kemenarikan Diskon lebih dari 40% | 74 |
| 13. Kemenarikan Tampilan Nominal Diskon | 75 |
| 14. Kategorial Kemenarikan Besar Diskon | 76 |
| 15. Kemenarikan Informasi Waktu | 77 |
| 16. Kemenarikan Informasi Merek | 78 |
| 17. Kemenarikan Tampilan Perubahan Harga | 79 |
| 18. Kemenarikan Tampilan Produk Diskon | 80 |
| 19. Kemenarikan Kalimat | 81 |

| | |
|--|-----|
| 20. Kategorial Kemenarikan Naskah Iklan | 82 |
| 21. Kemenarikan 10 Halaman Pertama | 83 |
| 22. Kemenarikan Letak Iklan | 84 |
| 23. Kategorial Kemenarikan Lay Out | 85 |
| 24. Dorongan Kebutuhan Pakaian | 86 |
| 25. Dorongan Kebutuhan Akan Sepatu / Alas Kaki | 87 |
| 26. Dorongan Kebutuhan Akan Tas | 88 |
| 27. Dorongan Pemenuhan Kebutuhan Hanya Saat Promo Diskon | 89 |
| 28. Kategorial Motivasi | 91 |
| 29. Senang Mengetahui Iklan Promo Diskon Matahari | 92 |
| 30. Membaca Lebih Dari Satu Kali | 93 |
| 31. Mendapatkan Informasi Diskon Di Matahari | 94 |
| 32. Kategorial ketertarikan Atau Perhatian | 96 |
| 33. Keinginan Memperjelas Informasi | 97 |
| 34. Menyampaikan Informasi | 98 |
| 35. Membicarakan Keinginan Membeli | 99 |
| 36. Kategorial Keinginan Atau Kegairahan | 100 |
| 37. Mencari Produk-Produk Diskon | 101 |
| 38. Memeriksa Kualitas Produk Diskon | 102 |
| 39. Memeriksa Harga | 103 |
| 40. Kategorial Kesenangan Atas Sesuatu | 105 |
| 41. Bertanya Pada Pramuniaga | 106 |
| 42. Meminta Bantuan Pramuniaga | 107 |

| | |
|---|-----|
| 43. Mencoba Beberapa Produk | 109 |
| 44. Kategorial Pemenuhan Atas Suatu Kebutuhan | 110 |
| 45. Korelasi Iklan Promo Diskon Dengan Minat Beli | 112 |
| 46. Regresi Berganda t-test | 115 |



ABSTRAKSI

Penelitian yang dilakukan adalah mengenai hubungan antara iklan promo diskon Matahari di harian Kompas dengan minat beli mahasiswi pembaca harian Kompas FISIP UAJY. Latar belakang diadakannya penelitian ini adalah semakin banyak *department store* di wilayah Indonesia, dengan begitu persaingan antar *department store* untuk menarik konsumen semakin ketat. Matahari memiliki program diskon yang diadakan setiap bulannya dan pada saat *event-event* besar yang ada di Indonesia. Dari seringnya Matahari mengadakan iklan promo diskon, peneliti ingin mengetahui apakah iklan yang ditampilkan memiliki hubungan serta besar peran iklan promo diskon terhadap minat beli mahasiswi pembaca harian Kompas FISIP UAJY. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif. Data-data yang diperlukan berupa data dari hasil kuesioner, harian Kompas, internet dan juga kepustakaan. Sampel yang diambil sebanyak 151 responden dan mereka semua pernah membaca harian Kompas ataupun melihat iklan promo diskon Matahari dari bulan Januari – Mei 2005. Kemudian dari data-data yang telah tersedia dilakukan analisis data dengan menggunakan metode korelasi pearson dan regresi berganda. Penelitian dilakukan di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya, karena sampel yang diambil membaca harian Kompas dimana iklan promo diskon Matahari selalu beriklan pada harian Kompas. Selain itu mahasiswi Fisip UAJY memiliki tingkat ekonomi yang baik dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Hasil yang didapat dari penelitian yaitu terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara iklan promo diskon Matahari (yang dilihat dari indikator kemenarikan bentuk iklan, kemenarikan besar diskon, kemenarikan naskah iklan dan kemenarikan lay out) dengan minat beli mahasiswi Fisipol pembaca harian Kompas (dengan indikator motivasi, ketertarikan, keinginan, kesenangan atas sesuatu dan pemenuhan dorongan atas suatu kebutuhan). Hal ini berarti semakin tinggi kemenarikan iklan promo diskon, maka semakin tinggi pula minat beli mahasiswi Fisipol pembaca harian Kompas UAJY. Dan terdapat peranan iklan promo diskon Matahari (yang dilihat dari indikator kemenarikan bentuk iklan, kemenarikan besar diskon, kemenarikan naskah iklan dan kemenarikan lay out) terhadap minat beli (dengan indikator motivasi, ketertarikan, keinginan, kesenangan atas sesuatu dan pemenuhan dorongan atas suatu kebutuhan) mahasiswi pembaca harian Kompas Fisipol UAJY sebesar 0,336 atau 33,6% dan faktor-faktor lainnya yang berperan terhadap minat beli sebesar 66,4%.