

**PENGARUH PENGGUNAAN MODEL, MEREK PRODUK, DAN
ISI IKLAN TERHADAP PERILAKU ZAPPING**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

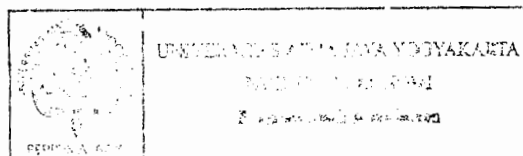
DODY ELFIN TARIGAN

NPM : 99 03 11913

Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Maret 2006



SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN MODEL, MEREK PRODUK,
DAN ISI IKLAN TERHADAP PERILAKU *ZAPPING***

Disusun Oleh :

DODY ELFIN TARIGAN

NPM : 99 03 11913

Telah dibaca dan disetujui oleh :

PEMBIMBING

Tanggal 15 maret 2006


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

SKRIPSI
PENGARUH PENGGUNAAN MODEL, MEREK PRODUK,
DAN ISI IKLAN TERHADAP PERILAKU ZAPPING

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

DODY ELFIN TARIGAN

NPM : 99 03 11913

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal 8 April 2006 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana

Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Drs. Gunawan Jiwanto, MBA.

Anggota Panitia Penguji



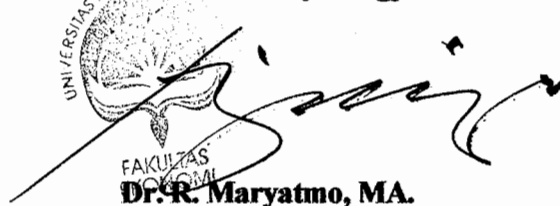
Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

W. Mahestu Noviandra K. SE., MScib.

Yogyakarta, 8 April 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. R. Maryatmo, MA.

PERNYATAAN

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

PENGGUNAAN MODEL, MEREK PRODUK, DAN ISI IKLAN

TERHADAP PERILAKU *ZAPPING*

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan prut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Maret 2006

Yang menyatakan

Dody Elfin Tarigan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan . Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan karunia-Nya penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan yang diwajibkan bagi setiap mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta guna memperoleh gelar kesarjanaan. Penulis menyadari sepenuhnya selesinya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini secara khusus penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan dan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, dan saran-saran yang sangat bermanfaat bagi penulisan skripsi ini.
2. Bapak (+) dan Mamak atas doa dan kasih sayang, serta kesabarannya yang sungguh sangat luar biasa dalam setiap keberhasilanku.
3. Kak Medi dan Lae Sahat, Lui, bang Atdo dan kak Lasma, Sisca, adik-adikku Devi dan Suheni, yang senantiasa memberikan semangat, dorongan, bantuan, dan doa-doanya selama menjalani kuliah dan penulisan skripsi ini.
4. Keluarga besar kontrakan Tb. 10, No. 11C : Marcos ferry Marbun yang dengan sukarela memberikan bantuan fasilitas selama penulisan skripsi ini. Teman-teman seperjuangan Made, Yustuso, Dion, parlin, Dodo, Wahyu, Butar, Zulham, Bowo, *thank's guys..for Everything..!!*
5. Punguan Toga Simamora dan *The Brotherhood* : pembimbing spiritual Baluap Horbo Sinaga, Aparo Lumbang Patrick Candra, pak ketua Julai bin Kribo,

sintua dan sesepuh Aman Purba, Rina dan Rumaida, yang telah bersedia membantu, dan juga atas saran dan kritiknya bujur man kena kerina.

6. Teman dan sahabat Laxmee, Bangun, Ika, buncit, teman-teman main bola
7. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga Tuhan Yesus Kristus senantiasa menyertai dan meberkati semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, penulis dengan senang hati akan menerima segala saran dan kritik yang sifatnya membangun. Akhir kata, dengan segala kerendhan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Yogyakarta, 15 Maret 2006

Penulis

Dody Elfin Tarigan



KUPERSEMBAHKAN SKRIPSI INI UNTUK :

BAPAK (+) dan MAMAKKU Tercinta

KAKAK dan Adikku Tersayang

BUJUR MAN KENA KERINA

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Juduli
Halaman Persetujuan Pembimbingii
Halaman Pengesahan Skripsiiii
Halaman Pernyataaniv
Kata Pengantarv
Halaman Persembahanvii
Daftar Isiviii
Daftar Tabelxi
Daftar Lampiranxii
Intisarixiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang1
1.2. Rumusan Masalah4
1.3. Batasan Masalah5
1.4. Tujuan Penelitian5
1.5. Manfaat Penelitian6
1.6. Hipotesis6
1.7. Metode Penelitian7
1.8. Sistematika Penulisan12

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Periklanan13
2.2. Sasaran Periklanan14
2.3. Tujuan Periklanan18
2.4. Fungsi Periklanan19
2.5. Strategi Kreatif Dalam Periklanan20
2.6. Jenis-Jenis Iklan22
2.7. Daya Tarik Iklan23
2.8. Media Periklanan24
2.9. Periklanan Di Media Televisi26
2.10. Perilaku Konsumen28
2.11. Sikap Terhadap Iklan29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metodologi Penelitian32
3.2. Tempat Penelitian32
3.3. Metode Pengambilan Sampel32
3.4. Metode Pengumpulan Data32
3.5. Metode Pengukuran Data33
3.6. Metode Pengujian Instrumen33
3.7. Metode Analisis Data35

BAB IV	ANALISIS DATA	
4.1.	Pengujian Instrumen	38
4.2.	Karakteristik Responden	42
4.3.	Analisis Regresi Berganda	45
4.5.	Implikasi Manajerial	49
BAB V	KESIMPULAN	
5.1.	Kesimpulan	53
5.2.	Saran	54
	Daftar Pustaka	55
	Lampiran	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 4.1. Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Model39
Table 4.2. Hasil Uji Validitas Variabel Merek Produk40
Table 4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Isi Iklan40
Table 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku <i>Zapping</i>41
Table 4.5. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen42
Table 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin43
Table 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden43
Table 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas44
Table 4.9. Hasil Analisis Regresi Linear Secara Simultan47
Table 4.10. Hasil Analisis Regresi Linear Secara Parsial48

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner57
Lampiran 2. Data Penelitian60
Lampiran 3. Uji Validitas Dan Reliabilitas66
Lampiran 4. Analisis Regresi70
Lampiran 5. Tabel Frekwensi71
Lampiran 6. Tabel Distribusi R77
Lampiran 7. Tabel Distribusi F78
Lampiran 8. Tabel Distribusi T79

**PENGARUH PENGGUNAAN MODEL, MEREK PRODUK, DAN ISI
IKLAN TERHADAP PERILAKU ZAPPING**

Disusun Oleh :

Dody Elfin Tarigan

NPM : 99 03 11913

Pembimbing

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan model, merek produk, dan isi iklan terhadap perilaku *zapping* iklan di televisi yang dilakukan oleh pemirsa. Metode pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Sample yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden yang merupakan mahasiswa/I dari fakultas eksak dan non eksak universitas di Yogyakarta.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan ini adalah : Pertama, secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan model, merek produk, dan isi iklan terhadap perilaku *zapping* pemirsa iklan di televisi. Kedua, secara parsial variabel penggunaan model dan merek produk memiliki pengaruh yang negatif terhadap perilaku *zapping*, sedangkan variabel isi iklan tidak memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel perilaku *zapping*.

Kata kunci : penggunaan model, merek produk, isi iklan, dan perilaku *zapping*