

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data penelitian yang telah diuraikan pada Bab III, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel independen Tingkat *Trustworthiness Advertising Claims* (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat motivasi membeli sabun mandi Lifebuoy warga Rusunawa DABAG Condong Catur. Hal ini ditunjukkan dari nilai *standardized beta* Tingkat *Trustworthiness Advertising Claim* (X) sebesar 0,679 dan signifikan pada 0,000.
2. Variabel independen Tingkat *Trustworthiness Advertising Claims* (X) memiliki arah hubungan yang positif terhadap motivasi membeli, hal ini berarti jika semakin tinggi tingkat *Trustworthiness Advertising Claim*, maka tingkat motivasi membeli semakin tinggi.
3. Variabel tingkat pendapatan (Z1) dan tingkat pengetahuan (Z2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada hubungan antara variabel X terhadap variabel Y, hal tersebut tampak dari uji regresi yang tidak signifikan.
4. Nilai koefisien determinasi sebesar 36,8 % artinya variabel tingkat motivasi membeli dapat dijelaskan oleh variabel tingkat *trustworthiness advertising*

claim (X), tingkat pendapatan (Z1) dan tingkat pengetahuan (Z2). Sisanya 62,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

B. Saran

Peneliti menyimpulkan berdasarkan temuan data pada bab III bahwa dapat variabel tingkat *trustworthiness advertising claim* (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi membeli (Y). Adanya pengaruh antara variabel *trustworthiness advertising claim* terhadap motivasi membeli ini menunjukkan bahwa *advertising claim* yang ada dalam iklan adalah salah satu aspek untuk mempersuasi konsumen, maka peneliti menyarankan agar sabun mandi Lifebuoy mempertahankan *advertising claim* yang mereka miliki sebagai salah satu strategi komunikasi untuk mempersuasi dalam iklan. Selain itu dengan adanya hubungan yang positif antara tingkat *trustworthiness advertising claim* dengan motivasi membeli, diharapkan sabun mandi Lifebuoy dapat meningkatkan atau mempertahankan kepercayaan konsumen agar mampu meningkatkan motivasi membeli konsumen. Selain itu, peneliti menyarankan sabun mandi Lifebuoy menggunakan *claims* yang mudah dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk mempertahankan tingkat *trustworthiness advertising claim* yang tinggi oleh konsumen.

Pada penelitian selanjutnya, diharapkan menggunakan model penelitian yang lain, dimana variabel tingkat pendapatan (Z1) dan variabel (Z2) dapat ditempatkan pada variabel yang lain selain variabel moderating. Hal ini dikarenakan pada temuan data ada hubungan korelasi, namun tidak adanya signifikansi pada uji regresi linear

berganda antara variabel tingkat *trustworthiness advertising claim* (X) terhadap motivasi membeli (Y). Saran lain pada penelitian sebelumnya untuk menyempurnakan penelitian ini adalah menggunakan indikator dan pertanyaan kuisisioner bagian motivasi membeli yang berbeda dari penelitian ini, hal ini dikarenakan kritik dari penelitian ini adalah kurang konstruktornya indikator dan pertanyaan dalam kuisisioner pada bagian motivasi membeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Belch, E. George dan A. Michael Belch.1998. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective. Fourth Edition*. New York: Mc Graw Hill.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Persada Media.
- Chrisnugroho, Adityo. 2011. *Penggunaan bahasa advertising claim dalam iklan televisi*. Sarjana Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Devito, Joseph. 1980. *The Interpersonal Communication Book*. Boston : Personal International Edition.
- Engel, James., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard. 1999. *Perilaku Konsumen*. Jilid 2. Jakarta:Binarupa Aksara.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Edisi Ketiga. Jakarta : ERLANGGA.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan “Konsep dan Aplikasinya di Indonesia”*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kriyantono, Rachmat. *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. 2006. Jakarta : Kencana Predana Media Group.
- Morissan. 2010. *Periklanan “Komunikasi Pemasaran Terpadu”* . Jakarta : Kencana Predana Media Group.
- Moriarty, Sandra., Nancy Mitchell dan William Wells. 2011. *Advertising*. Jakarta : Kencana Predana Media Group.

Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta :Erlangga.

Peter, Paul dan Jerry Olson. 2000. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta:
Erlangga

Swastha, Basu. 1984. *Asas-asas Marketing* Edisi ke-3. Liberty : Yogyakarta.

Robbins, Stephen dan Mary Coulter. 2008. *Manajemen* Edisi ke-8. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.

Robbins, Stephen dan Mary Coulter. 2008. *Manajemen* Edisi ke-10. Jilid 2. Jakarta:
ERLANGGA.

Penelitian :

Setiadi, Nugroho J. 2005. *Perilaku Konsumen “Konsep dan Implikasi untuk Straregi Penelitian Pemasaran”*. Jakarta:PREDANA MEDIA.

Wijayanti, Ratna. *Pengaruh Kredibilitas Celebrity Endoser dan Typical-Person Endoser terhadap tingkat Kepercayaan Audiens Pada Iklan*. Sarjana Komunikasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Majalah :

MARKETING, No 01/XII/January 2012

MARKETING, No.02/XIII/FEBUARI 2012

Internet:

(<http://www.unilever.co.id/id/brands/personalcarebrands/lifebuoy/index.aspx>) diakses pada 7

Mei 2012

(<http://sunset.backbone.olemiss.edu>) diakses pada 7 Mei 2012

(<http://oto.detik.com/read/2012/04/10/181954/1889182/1207/konsumen-march-berharap-nissan-jujur>)

diakses pada 23 Mei 2012

(<http://swa.co.id/updates/indonesia-makin-kaya-lifebuoy-unggulkan-4-senjata>) diakses pada 23 Mei 2012

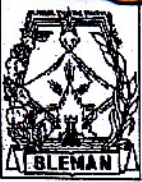
(<http://vidinur.com/2010/11/04/ses-socio-economic-status-ndonesia/>) pada 26 Juni 2012

(<http://www.unilever.co.id/id/brands/personalcarebrands/lifebuoy/index.aspx>) pada 23 Juli 2012





Lampiran I
Surat Ijin Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jalan Parasamya Nomor 1 Beran, Tridadi, Sleman, Yogyakarta 55511
 Telepon (0274) 868800, Faksimile (0274) 868800
 Website : www.bappeda.slemankab.go.id , E-mail : bappeda@slemankab.go.id

SURAT IZIN
 Nomor : 070 / Bappeda / 2530 / 2012

TENTANG
 IZIN PENELITIAN

KEPALA BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

- Dasar : Keputusan Bupati Sleman Nomor : 55/Kep.KDH/A/2003 tentang Ijin Kuliah Kerja Nyata, Praktek Kerja Lapangan, dan Penelitian.
 Menunjuk : Surat dari Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta Nomor : 22 / X Tanggal : 5 September 2012 Hal : Izin Penelitian

MENGIZINKAN :

Kepada :
 Nama : MELISA AGUSTIN
 No.Mhs/NIM/NIP/NIK : 08 09 03472
 Program/Tingkat : S1
 Instansi/Perguruan Tinggi : UAJ Yogyakarta
 Alamat instansi/Perguruan Tinggi : Jl. Babarsari No. 6 Yogyakarta 55281
 Alamat Rumah : Gang Purisari No. 114 Babarsari, Depok, Sleman, Yogyakarta
 No. Telp / HP : 081325767199
 Untuk : Mengadakan Penelitian / Pra Survey / Uji Validitas / PKL dengan judul:
 "PENGARUH TINGKAT TRUSTWORTHINESS ADVERTISING CLAIMS TERHADAP MOTIVASI MEMBELI"
 Lokasi : Kabupaten Sleman
 Waktu : Selama 3 bulan mulai tanggal : 05 September 2012 s/d 05 Desember 2012

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. *Wajib melapor diri kepada Pejabat Pemerintah setempat (Camat/ Kepala Desa) atau Kepala Instansi untuk mendapat petunjuk seperlunya.*
2. *Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan setempat yang berlaku.*
3. *Ijin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan-ketentuan di atas.*
4. *Wajib menyampaikan laporan hasil penelitian berupa 1 (satu) CD format PDF kepada Bupati diserahkan melalui Kepala Bappeda.*
5. *Ijin tidak disalahgunakan untuk kepentingan-kepentingan di luar yang direkomendasikan.*

Demikian ijin ini dikeluarkan untuk digunakan sebagaimana mestinya, diharapkan pejabat pemerintah/non pemerintah setempat memberikan bantuan seperlunya.

Setelah selesai pelaksanaan penelitian Saudara wajib menyampaikan laporan kepada kami 1 (satu) bulan setelah berakhirnya penelitian.

Dikeluarkan di : Sleman
 Pada Tanggal : 5 September 2012
 a.n. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah

Sekretaris

u.b.

Kepala Bidang Pengendalian dan Evaluasi

Tembusan :

1. Bupati Sleman (sebagai laporan)
2. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa Kab. Sleman
3. Kepala Dinas PU & P Kab. Sleman
4. Kepala Bid. Perkotaan Bappeda Kab. Sleman
5. Camat Depok
6. Kepala Desa Condongcatur, Depok
7. Pengelola Rusunawa Condongcatur
8. Dekan FISIPOL - UAJY
9. Yang Bersangkutan



Dra. SUCI IRIANI SINURAYA, M.Si, M.M
 Pembina, IV/a
 NIP. 19630112 198903 2 003

Lampiran II Tabel Frequencies

Statistics

		Xtotal	Z2total	Ytotal
N	Valid	78	78	78
	Missing	0	0	0

Xtotal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	11	1	1,3	1,3	1,3
	14	1	1,3	1,3	2,6
	16	3	3,8	3,8	6,4
	17	1	1,3	1,3	7,7
	18	1	1,3	1,3	9,0
	19	18	23,1	23,1	32,1
	20	4	5,1	5,1	37,2
	21	7	9,0	9,0	46,2
	22	3	3,8	3,8	50,0
	23	6	7,7	7,7	57,7
	24	5	6,4	6,4	64,1
	25	7	9,0	9,0	73,1
	26	6	7,7	7,7	80,8
	27	5	6,4	6,4	87,2
	28	3	3,8	3,8	91,0
	29	2	2,6	2,6	93,6
	30	1	1,3	1,3	94,9
	31	2	2,6	2,6	97,4
	32	1	1,3	1,3	98,7
	34	1	1,3	1,3	100,0
Total		78	100,0	100,0	

Z2total

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	16	20,5	20,5	20,5
	3	16	20,5	20,5	41,0
	4	15	19,2	19,2	60,3
	5	16	20,5	20,5	80,8
	6	15	19,2	19,2	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Ytotal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	1,3	1,3	1,3
	12	1	1,3	1,3	2,6
	13	1	1,3	1,3	3,8
	14	3	3,8	3,8	7,7
	15	3	3,8	3,8	11,5
	16	2	2,6	2,6	14,1
	17	1	1,3	1,3	15,4
	18	3	3,8	3,8	19,2
	19	4	5,1	5,1	24,4
	20	3	3,8	3,8	28,2
	21	5	6,4	6,4	34,6
	22	20	25,6	25,6	60,3
	23	5	6,4	6,4	66,7
	24	4	5,1	5,1	71,8
	25	5	6,4	6,4	78,2
	26	4	5,1	5,1	83,3
	27	2	2,6	2,6	85,9
	28	4	5,1	5,1	91,0
	29	1	1,3	1,3	92,3
	31	1	1,3	1,3	93,6
	32	2	2,6	2,6	96,2
	33	2	2,6	2,6	98,7
	35	1	1,3	1,3	100,0
	Total	78	100,0	100,0	



Lampiran III
Kuisisioner

KUISIONER

Pengaruh Tingkat *Trustworthiness*

***Advertising Claims* terhadap Motivasi Membeli**

Kepada responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Melisa Agustin mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Atmajaya Yogyakarta. Saya sedang menyelesaikan skripsi dan membutuhkan bantuan bapak/ibu/saudara untuk mengisi kuisisioner. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Tingkat *Trustworthiness Advertising Claim* terhadap Motivasi Membeli. Kuisisioner ini akan digunakan untuk data penelitian ilmiah skripsi saya, mohon bantuannya untuk mengisi sesuai perasaan dan pikiran anda. Saya ucapkan terimakasih atas bantuannya mengisi kuisisioner ini.

Salam Hangat,

Melisa Agustin

Nama/Usia :

Tingkat *Trustworthiness Advertising Claim*

Isilah pernyataan-pernyataan berikut sesuai dengan kehendak anda dengan cara memberikan tanda (v) pada kolom yang tersedia, dengan ketentuan sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju

RR= Ragu-Ragu

STS= Sangat Tidak Setuju

S= Setuju

TS=Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Dokter yang ada dalam iklan sabun mandi Lifebuoy adalah seorang yang benar-benar berprofesi sebagai dokter kesehatan.					
2.	Informasi yang disampaikan oleh dokter yang ada dalam iklan sabun mandi Lifebuoy dapat dipercaya.					
3.	Informasi yang disampaikan oleh dokter yang ada dalam iklan Lifebuoy sabun mandi adalah informasi yang benar.					
4.	Dokter yang ada dalam iklan sabun mandi Lifebuoy adalah seorang dokter yang dapat di andalkan dalam mengatasi masalah kesehatan.					
5.	Klaim "Lifebouy lebih mutakhir, membantu melindungi dari kuman penyebab 10 masalah kesehatan" di buat berdasarkan penelitian yang benar-benar dilakukan.					
6.	Klaim "Lifebouy lebih mutakhir, membantu melindungi dari kuman penyebab 10 masalah kesehatan" benar-benar dapat dirasakan dan terjadi.					
7.	Klaim "Lifebouy lebih mutakhir, membantu melindungi dari kuman penyebab 10 masalah kesehatan" bisa dipercaya.					

Tingkat Pengetahuan Produk

Isilah pernyataan-pernyataan berikut sesuai dengan kehendak anda dengan cara memberikan tanda (v) pada kolom yang tersedia, dengan ketentuan sebagai berikut. B untuk pernyataan benar dan S untuk pernyataan salah.

No	Pernyataan	B	S
1.	Sabun mandi Lifebuoy terdiri dari sabun batang dan sabun cair.		
2.	Variant sabun mandi Lifebuoy yaitu Mildcare, coolfresh, vitaprotect, totalprotect, dan naturepure.		
3.	Macam macam warna kemasan sabun mandi Lifebuoy adalah merah, kuning, biru, hijau toska, dan hijau muda.		
4.	Sabun mandi Lifebuoy dijual di warung, minimarket, dan supermarket.		
5.	Sabun mandi Lifebuoy batang memiliki harga di pasaran antara Rp 2.000 – Rp 3.000		
6.	Sabun mandi Lifebuoy cair kemasan 100ml memiliki harga di pasaran antara Rp 4.500 – Rp 6.500		

Tingkat Pendapatan

Isilah pertanyaan-pertanyaan berikut sesuai dengan kehendak anda dengan cara memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia:

1. Pendapatan yang saya miliki tiap bulan yaitu :

- > 3.000.000
- 2.000.000 – 3.000.000
- 1.500.000 – 2.000.000
- 1.000.000 - 1.500.000
- 700.000 – 1.000.000
- < 700.000

Motivasi Membeli

Isilah pertanyaan-pertanyaan berikut sesuai dengan kehendak anda dengan cara memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia, dengan ketentuan sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju

RR= Ragu-Ragu

STS= Sangat Tidak Setuju

S= Setuju

TS=Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya yakin dengan kata-kata dalam iklan sabun mandi Lifebuoy bahwa sabun mandi Lifebuoy dapat melindungi badan saya dari 10 masalah tentang kuman.					
2.	Saya puas dengan perlindungan dari 10 macam kuman penyebab penyakit yang diungkapkan sabun Lifebuoy.					
3.	Saya membutuhkan perlindungan dari 10 macam kuman penyebab penyakit yang disampaikan dalam iklan sabun mandi Lifebuoy.					
4.	Saya tidak tertarik pada perlindungan kuman sabun mandi lain selain sabun mandi Lifebuoy.					
5.	Saya ingin memiliki perlindungan dari 10 macam kuman penyebab penyakit seperti yang disampaikan pada iklan sabun mandi Lifebuoy.					
6.	Saya tidak ingin membeli sabun mandi lain selain sabun mandi Lifebuoy.					
7.	Saya ingin membeli sabun mandi Lifebuoy yang mampu melindungi saya dari 10 macam kuman penyebab penyakit.					

-Terimakasih-