



Marketing

 PERPUSTAKAAN	MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Diterima	06 JUN 2007
Registrasi	2538/EA/Hd.6/2007
Klasifikasi	: R 650.8 Agm DB
Sesuai Diproses . :	

 PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI Program Studi Akuntansi
---	--

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP SLOGAN

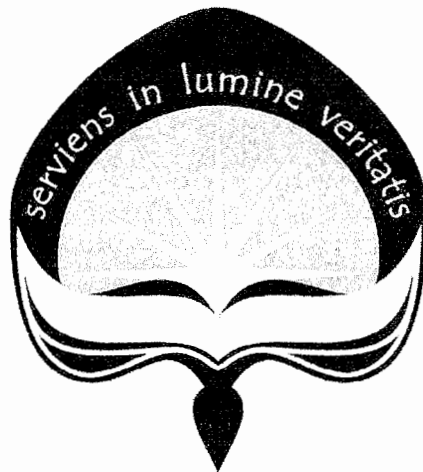
IKLAN TEH BOTOL SOSRO

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

AGUS SUMBERDANA

NPM : 01 03 13304

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

NOVEMBER, 2006

SKRIPSI

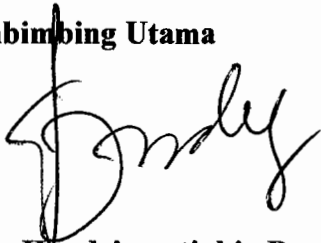
ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP SLOGAN

IKLAN TEH BOTOL SOSRO

Disusun Oleh :
Agus Sumberdana
NPM. 01 03 13304

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



Dedy Handrimurtjahjo, Drs., MBM

Tanggal, 12 Oktober 2006

SKRIPSI

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP SLOGAN

IKLAN TEH BOTOL SOSRO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Agus Sumberdana

NPM: 01 03 13304

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 11 November 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. C. Handoyo Wibisono, MM.

Anggota Panitia Penguji



Drs. A. Dedy Handrimurtjahjo, MBM.

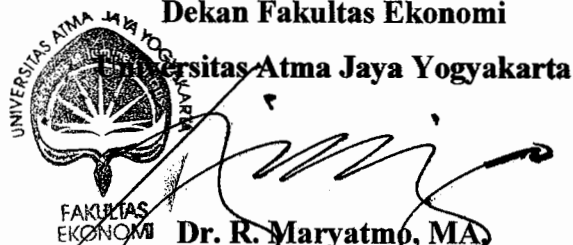


Drs. D. Koeshartono, MM.

Yogyakarta, 11 November 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 :

ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP SLOGAN IKLAN TEH BOTOL SOSRO

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian 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, 12 Oktober 2006

Yang menyatakan



Agus Sumberdana

KATA PENGANTAR

Puji syukur terdalam penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala anugrah dan kasih dari-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP SLOGAN IKLAN THE BOTOL SOSRO” dengan baik.

Tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat menyelesaikan pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Bapak Dedy Handrimurtjahjo, Drs., MBM selaku pembimbing yang telah berkenan dan dengan sabar memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Seluruh dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis untuk dapat hidup lebih baik.
3. Bapak dan Ibu yang telah memberi segalanya dan selalu memotivasi penulis, kalian adalah HIDUPKU.
4. Ni Kadek Agustini, adikku tersayang yang telah menjadikan hariku penuh warna.

5. Pekak (alm.) dan Embah, serta keluarga besar di Sulawesi. Mek Man sekeluarga, Mek Tut Sekeluarga, Pak Ming, sepupu-sepupu dan keponakan-keponakanku, atas doa dan rasa rindu kepadaku.
6. Om Kadek dan Mek Tut serta keponakan-keponakanku (Ello, Bimbim, Bella) atas pengertian dan kesabarannya.
7. Keluarga besar di Beraban, Tabanan atas kasih, doa, dukungan semangat serta materi.
8. Keluarga besar di Guwang, Gianyar atas kasih, doa, dukungan semangat serta materi.
9. Bono dan Aji atas kesempatan berbagi pengetahuan, pengalaman, dan impian. Kalian membuatku merasa memiliki saudara laki-laki.
10. Rani yang mengajarkan arti mencintai.
11. Teman-temanku di kontrakan Klebengan, Dewa, Agung Lombok, Bli Putu, Oyik dan Ekok. Terima kasih telah menyabutku di Jogja dengan ramah.
12. Teman-temanku di kontrakan Mundu, Tut Celuk, Dogle, Suba, Panjoel, Om UKDW. Terima kasih atas pengalaman warna-warni hidup.
13. Temen-temen di PURI SANGEH, Codet, Liong, Koplek, Doble, Timbul, Landak, Andrew, Boy, Syam dkk. Terimakasih telah menerimaku sebagai tamu tetap.

14. **Temen-temen kos Kremlint. Verly, Gogon, Erik, Adi, Ruli, Andri, Deddy, Mas Gronto, Mas WoWo, Mas Joko, Mas Tanto, Ijo, makasi atas keceriaan dan keramaian di Flamboyan 21A.**
15. **Anak-anak Plat R, Picul, Gen, Adik, Herlambang, Agung, Rio, dkk.**
16. **Saudara-saudaraku di PURI ANOM DEWATA , Mandrak, Lembang, Bombom, dolar, Dek Tilem, Lolet, Mambal, ex: (Jambul, Topen, Ceper, Klaci, Lionk, Balon, Kaviax) terima kasih telah menemani langkahku dalam suka maupun duka. Jangan pernah menyerah dan menyesal, semua selalu ada hikmahnya.**
17. **Teman-teman di MAHATMA, tetap kompak ya dan ajeg-kan BALI dimanapun kalian berada. Tunjukan eksistensi kita dengan karya dan pengabdian untuk sesama.**
18. **Guru-guru dan teman-teman alumni SD 4 Sesetan, SMPN 1 Denpasar, SMU 5 Denpasar. Kalian telah memberi warna dalam kehidupanku. Senang pernah menjadi bagian hidup kalian.**
19. **Sahabat-sahabatku di Bali, Cakra, Pande brothers, Moyo, Wisnu, Agung KD brothers.**
20. **Mas Cosmas, Mbak Lia, Flo, dan keluarga di Gunung Sempu. Makasi atas dukungan semangat serta ilmu bagaimana menikmati hidup.**
21. **Tante Irda, Aldi (alm.), Mbak Desi atas kesempatan berjulan Mama'e. Pengalaman itu telah memberikan saya banyak hal.**

22. Bapak Sukiran sekeluarga dan teman-teman Kelompok KKN Padukuhan Banyumeneng 1, Wira, Danang, Ari, Agus, Lulu, Reto, MeiMei, Angga, Makasi atas pengalaman dan kenangan indah di Gunung Kidul.
23. CS dan Satpam Atma Jaya Atas dedikasinya terhadap pekerjaan.
24. Wanita-wanita cantik yang pernah menemani langkahku. Kalian telah menggoreskan kenangan yang tak kan terkikis oleh waktu.
25. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas bantuannya yang sungguh berarti sehingga penyusunan skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Semoga Tuhan Yang Maha Pengasih Dan Pemurah senantiasa memberikan rahmat dan anugerahNya atas segala kebaikan dan pengorbanan yang telah mereka berikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan rendah hati penulis menerima dengan terbuka berbagai saran dan kritik demi sempurnanya skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 12 Oktober 2006

(Agus Sumberdana)

Persembahan dan Motto

SEMUA INI KEPERSEMBAHKAN UNTUK :

(Alm.) Pekak

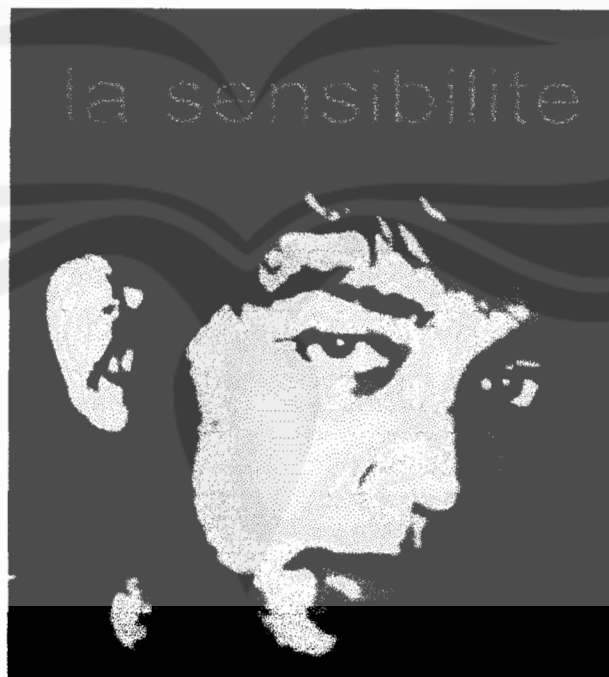
Bapak + Ibu Tercinta,

Adiku Tersayang,

Diriku,

Calon istriku,

Dan Calon Anak-anakku...



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
INTISARI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang masalah.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Batasan Masalah.....	6
I.4 Tujuan Penelitian.....	8
I.5 Manfaat Penelitian.....	8
I.6 Perumusan Hipotesis.....	9
I.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
II.1 Pemasaran.....	11
II.2 Periklanan.....	16

II.3 Perilaku Konsumen.....	23
II.4 Penilaian konsumen.....	29
II.5 Proses keputusan pembelian.....	30
II.6 Merek (<i>Brand</i>).....	32
II.7 Slogan Iklan	34
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
III.1 Bentuk Penelitian dan Tempat Penelitian	36
III.2 Metode Pengambilan Sampel.....	36
III.3 Metode Pengumpulan Data	37
III.4 Metode Pengukuran Data.....	38
III.5 Metode Pengujian Instrumen.....	39
III.6 Metode Analisis Data.....	40
BAB IV ANALISIS DATA	
IV.1 Penjelasan Penelitian.....	47
IV.2 Uji Validitas Uji Reliabilitas.....	47
IV.3 Deskriptif Statistik	50
IV.4 Analisis <i>One Sample T-Test</i>	52
IV.5 Test Hipotesis Beda Dua Rata-Rata (<i>T-Test</i>).....	53
IV.6 <i>Analysis Of Variance (Anova)</i>	55
BAB V PENUTUP	
V.1 Kesimpulan.....	59

V.2 Implikasi Manajerial.....	62
V.3 Kelemahan Penelitian	63
V.5 Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Uji Validitas.....	48
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.3 Prosentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.4 Prosentase Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.5 Prosentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
Tabel 4.6 Prosentase Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku per Bulan.....	51
Tabel 4.7 Analisi <i>One Sample T-test</i> Dengan <i>Test Value</i> 3,00.....	52
Tabel 4.8 Analisis <i>Independent Sample T-test</i>	53
Tabel 4.9 Uji Anova Berdasarkan Tingkat Usia.....	55
Tabel 4.10 Uji Anova Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	56
Tabel 4.11 Uji Anova Berdasarkan Penghasilan / Uang Saku per Bulan.....	57

V.2 Implikasi Manajerial.....	62
V.3 Kelemahan Penelitian	63
V.5 Saran.....	64

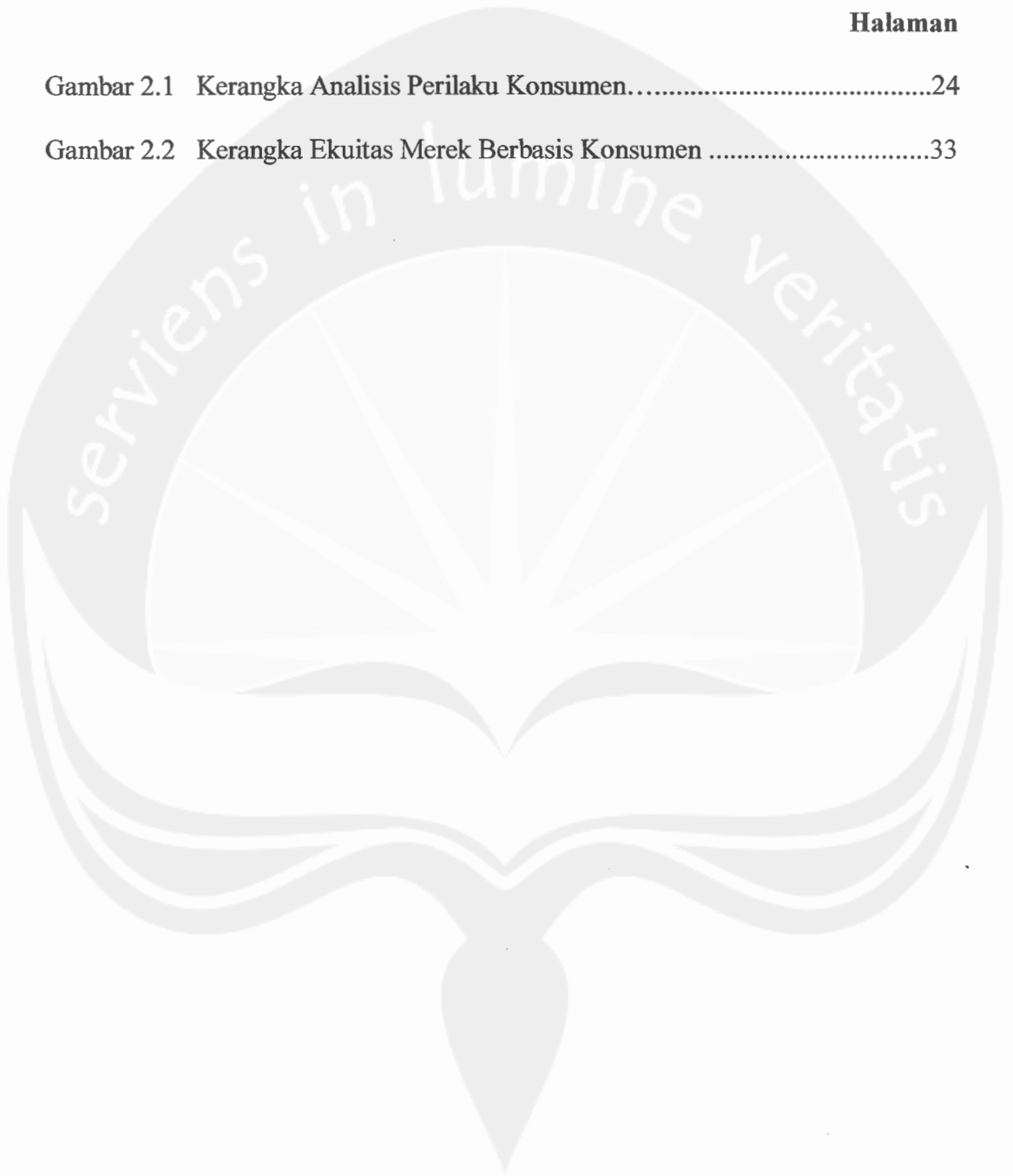
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Analisis Perilaku Konsumen.....	24
Gambar 2.2 Kerangka Ekuitas Merek Berbasis Konsumen	33



ANALISIS PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP SLOGAN IKLAN TEH BOTOL SOSRO

Yang disusun oleh :

Agus Sumberdana

NPM. 01.03.13304

Pembimbing Utama

Dedy Handrimurtjahjo, Drs., MBM

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap slogan iklan teh botol Sosro dengan menggunakan model AIDCA. Disamping itu penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, penghasilan / uang saku per bulan terhadap penilaian konsumen dalam menilai slogan iklan the botol Sosro.

Penelitian ini menggunakan alat analisis, *One Sample T-Test*, *Independent Sample T-Test*, dan *One Way Anova*. Hasil dari penelitian ini adalah seluruh atribut *Attention*, *Interest*, *Desire*, *Conviction*, dan *Action* dalam slogan iklan the botol Sosro 'Apapun Makanannya, Minumnya Teh Botol Sosro' adalah baik. Atribut yang memiliki nilai terbesar adalah *Attention*.

Hasil analisis : Dari perbedaan jenis kelamin terdapat perbedaan penilaian pada atribut *Attention*, *Desire* dan *Conviction*. Dari perbedaan tingkat usia terdapat perbedaan penilaian dalam atribut. Dari perbedaan tingkat pendidikan terakhir terdapat perbedaan penilaian dalam atribut *Desire*, *Conviction* dan *Action*. Dari perbedaan penghasilan terdapat perbedaan dalam atribut *Desire*, *Conviction* dan *Action*.

Kata kunci : Slogan, iklan, teh botol Sosro, penilaian, konsumen, *Attention*, *Interest*, *Desire*, *Conviction*, *Action*.