

**PENGARUH TINGKAT TERPAAN IKLAN TELEVISI  
AQUA DAN TINGKAT PENGETAHUAN PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS MEREK**

(Studi Eksplanatif tentang Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan Televisi  
AQUA Versi “It’s In Me” dan Tingkat Pengetahuan Produk terhadap  
Loyalitas Merek pada *Friends* di Situs Jejaring Sosial *Facebook*  
AQUA)



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh

**KATARINA YEKTI PUSPITASARI**

07 09 03329 / Kom

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

**2011**

## HALAMAN PERSETUJUAN

### PENGARUH TINGKAT TERPAAN IKLAN TELEVISI AQUA DAN TINGKAT PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS MEREK

(Studi Eksplanatif tentang Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan Televisi Aqua Versi “It’s  
In Me” dan Tingkat Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek pada *Friends* di  
Situs Jejaring Sosial *Facebook* Aqua)

### SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

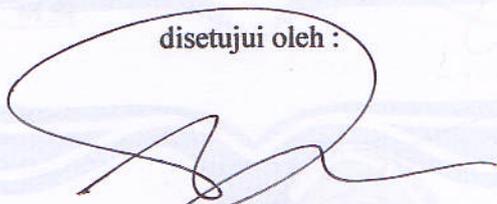
S. I. Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

KATARINA YEKTI PUSPITASARI

07 09 03329 / KOM

disetujui oleh :



Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA

Dosen Pembimbing

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

2011

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan Televisi Aqua dan Tingkat Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek (Studi Eksplanatif tentang Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan Televisi AQUA Versi "It's In Me" dan Tingkat Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek pada *Friends* di Situs Jejaring Sosial *Facebook* AQUA)

Penyusun : KATARINA YEKTI PUSPITASARI

NIM : 07 09 03329

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari / Tanggal : 09 November 2011

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 2

### TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto., M.Si

Penguji Utama

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos.,MA

Penguji I

F. Anita Herawati, SIP, M.Si

Penguji II



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Katarina Yekti Puspitasari  
Nomor Mahasiswa : 07 09 03329  
Program Studi : Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan Televisi Aqua dan Tingkat Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek (Studi Eksplanatif tentang Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan Televisi Aqua Versi "It's In Me" dan Tingkat Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek pada *Friends* di Situs Jejaring Sosial *Facebook* Aqua)

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

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan / kesarjanaan.

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

Yogyakarta, 29 November 2011

Saya yang menyatakan



Katarina Yekti Puspitasari

## ABSTRAK

Media televisi banyak digunakan salah satunya untuk memperkenalkan sebuah produk seperti yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama, media televisi digunakan untuk memperkenalkan program “it’s in me” kepada khalayak. Khalayak diterpa berbagai macam iklan dengan berbagai merek yang diiklankan. Penelitian ini ingin melihat bagaimana pengaruh tingkat terpaan iklan televisi dan tingkat pengetahuan produk terhadap loyalitas merek.

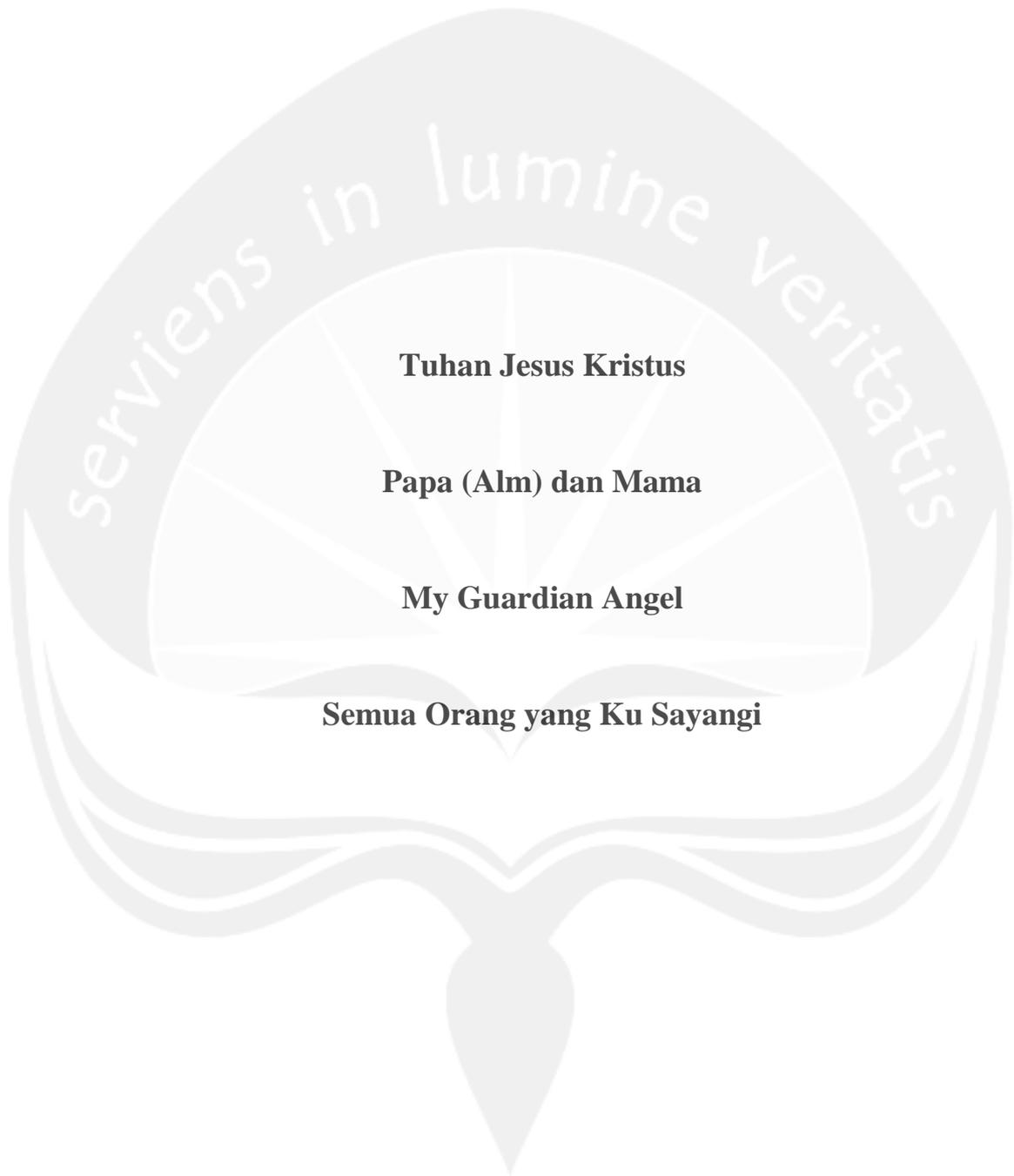
Terpaan iklan berkaitan dengan terpaan media yang dialami oleh khalayak karena terpaan media memberi kesempatan khalayak untuk diterpa aktivitas periklanan. Aktivitas periklanan di media televisi dapat membantu pembentukan loyalitas merek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat terpaan iklan Aqua yang dilakukan oleh PT. Tirta Investama dan tingkat pengetahuan produk terhadap loyalitas merek. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode eksplanatif yang menjelaskan pengaruh variabel tingkat terpaan iklan televisi Aqua versi “it’s in me” dan tingkat pengetahuan produk terhadap loyalitas merek. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang menjadi *friends* dalam situs jejaring sosial *facebook* Aqua yang diambil melalui *quota sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terpaan iklan televisi Aqua memiliki pengaruh terhadap loyalitas merek dan tingkat pengetahuan produk yang dimiliki oleh responden sebagai variabel moderasi memperlemah pengaruh antara terpaan iklan televisi Aqua terhadap loyalitas merek. Terpaan iklan televisi Aqua dapat mempengaruhi loyalitas merek karena Aqua merupakan *brand* besar dan telah menguasai pangsa pasar. Hal ini menunjukkan bahwa dalam membentuk loyalitas merek tidak hanya dipengaruhi oleh terpaan iklan tetapi juga faktor-faktor lain seperti tingkat pengetahuan produk yang dimiliki oleh responden.

Hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa terpaan iklan memiliki pengaruh sebesar 37.8% dalam membentuk loyalitas merek dan tingkat pengetahuan produk memperlemah pengaruh antara terpaan iklan televisi Aqua terhadap loyalitas merek. Saran yang dapat diberikan pada PT. Tirta Investama adalah agar tetap menjaga loyalitas dari pelanggan dengan cara melakukan kegiatan beriklan secara konsisten dan memberikan informasi yang berguna dari apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan.

**Kata kunci:** tingkat terpaan iklan televisi, tingkat pengetahuan produk, loyalitas merek

**HALAMAN PERSEMBAHAN**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus tercinta yang selalu menyertai penulis selama proses penyelesaian penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I. Kom) dengan judul Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan Televisi Aqua dan Tingkat Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek (Studi Eksplanatif tentang Pengaruh Tingkat Terpaan Iklan Televisi AQUA Versi “It’s In Me” dan Tingkat Pengetahuan Produk terhadap Loyalitas Merek pada *Friends* di Situs Jejaring Sosial *Facebook* Aqua).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat kerjasama, dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Bapak Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos.,MA**, selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah meluangkan waktu dan bimbingannya selama proses pembuatan skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. **Bapak Drs. Ign. Agus Putranto.,M.Si** dan **Ibu F. Anita Herawati, SIP, M.Si**, selaku dosen penguji, terima kasih atas saran yang diberikan.
3. Para dosen, staf pengajar dan semua karyawan Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu penulis selama ini.
4. **Alm. Papa tersayang**. Walaupun Papa nan jauh di sana dan tidak secara langsung memberi dukungan tapi aku slalu merasa bahwa papa memberi dukungan dan semangat pantang menyerah yang luar biasa.
5. **Mama tercinta**. Terima kasih atas dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini dan doa yang selalu ada untuk ku.
6. **My Guardian Angel ☺**. Terima kasih untuk penyertaanmu selama proses pembuatan skripsi ini. Semoga Tuhan slalu menyertai kita.
7. **Mas Pandu dan Mba Mietha**, Terima kasih atas perhatiannya.
8. Terima kasih untuk **Erika, Erina, Wewen, Karin dan Taliz** atas motivasi, doa dan semangat yang diberikan.
9. Teman-teman di akhir skripsi **Ellie, Siska, Ajeng, Icha, Stella, Dwika, Sunu, Tian, Adri**. Terima kasih untuk kebersamaanya dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

10. **Seane, Poey, Egin, Lily, Boim, Efrina, Ocha, Nana, Ayu, Sara, Dika, Anin, Ata, Astrid, Nanin, Tiwo, Dera, Nina, Vici, Wina** dan semua teman-teman angkatan 2007.
11. **Fafa**, saudara sekaligus teman. Terima kasih atas dukungan juga semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Proficiat atas kelulusan dan perjuanganmu.
12. **Bangkit** dan **Refi**. Terima kasih atas dukungan dan motivasi yang diungkapkan melalui pertanyaan “Rung rampung to skripsine?”.
13. Kedua malaikat kecil ku **Bonum Praesenteo** dan **Bonita Praesentea**. Mencium dan menggendong kalian membuat saya kuat sampai akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Semua pihak yang telah membantu, mendukung dan mendoakan keberhasilan penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Penulis menerima masukan dan kritikan dari semua pihak yang membaca skripsi ini.

Yogyakarta, 29 November 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Persetujuan	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Abstraksi	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kerangka Teori	6
F. Kerangka Konsep	27
G. Hipotesis	30
H. Definisi Operasional	31
I. Metodologi Penelitian	35
1. Metode Penelitian	35
2. Lokasi Penelitian	37
3. Populasi	37
4. Pengambilan Sampel	38
5. Metode Pengumpulan Data	40
6. Uji Validitas dan Reliabilitas	41
7. Metode Analisis Data	44

## **BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN**

A. Sejarah Aqua	46
B. Logo Aqua	51
C. Deskripsi Produk Aqua	51
D. Iklan Aqua versi “It’s in me”	56

## **BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

A. Hasil Penelitian	61
1. Uji Validitas	61
2. Uji Reliabilitas	65
3. Distribusi Frekuensi	66
4. Analisis Regresi	99
B. Analisis Data	106

## **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan	116
B. Saran	117

Daftar Pustaka	119
----------------	-----

Lampiran	120
----------	-----

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kata-kata dalam iklan Aqua versi “It’s in me”	57
Tabel 3.1	Uji Validitas Variabel Terpaan Iklan (X)	62
Tabel 3.2	Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk (Z)	63
Tabel 3.3	Pola Jawaban Responden	64
Tabel 3.4	Uji Reliabilitas	65
Tabel 3.5	Frekuensi Menonton Iklan Televisi Aqua	67
Tabel 3.6	Interval Frekuensi Menonton Iklan Televisi Aqua	68
Tabel 3.7	Menonton Iklan dari Awal Hingga Akhir	69
Tabel 3.8	Menonton Iklan dengan Aktivitas Lain atau Tidak	70
Tabel 3.9	Salah Satu Bintang Iklan adalah Richard Sam Bera	71
Tabel 3.10	Profesi Richard Sam Bera	72
Tabel 3.11	Hidup Sehat Berasal dari Keluarga	73
Tabel 3.12	Kehidupan dengan Mobilitas yang Tinggi	74
Tabel 3.13	Interval Terpaan Iklan Tanpa Frekuensi Menonton	75
Tabel 3.14	Air Aqua Berasal dari Mata Air Pegunungan	76
Tabel 3.15	Salah Satu Lokasi Sumber Mata Air	77
Tabel 3.16	Saat Ini Proses Pengambilan Air Menggunakan Sumur Bor	78
Tabel 3.17	Terdapat 9 Poin Kriteria dalam Memilih Sumber Mata Air	79
Tabel 3.18	Terdapat 7 Proses Seleksi	79
Tabel 3.19	Air Aqua Mengandung Mineral Alami	80
Tabel 3.20	Hijau Adalah Warna Utama Kemasan Aqua	81
Tabel 3.21	Dalam Kemasan Aqua Terdapat Gambar Gunung	82
Tabel 3.22	<i>Polycarbonate</i> Adalah Jenis Plastik di Kemasan Gallon	83
Tabel 3.23	Aqua Terdiri dari 6 Jenis Kemasan	84
Tabel 3.24	Kandungan Mineral Alami Dapat Menjaga Kesehatan	84
Tabel 3.25	Proses Pengolahan Air Menggunakan Teknologi Canggih	85

Tabel 3.26	Sistem Produksi Aqua Adalah <i>Upline</i>	86
Tabel 3.27	Pengawasan Ketat dari Awal Hingga Akhir Produksi	87
Tabel 3.28	Air Aqua Memiliki Kualitas Air yang Baik	87
Tabel 3.29	Aqua Mendapatkan Penghargaan	88
Tabel 3.30	Aqua Hanya Memenuhi Standar Nasional (SNI)	89
Tabel 3.31	Group Danone Menjadi Bagian dari Aqua	90
Tabel 3.32	Interval Pengetahuan Produk	91
Tabel 3.33	Responden Menggunakan AMDK Merek Aqua	92
Tabel 3.34	Responden Menggunakan Aqua Minimal Seminggu Sekali	93
Tabel 3.35	Responden Terbiasa Memilih Aqua	93
Tabel 3.36	Kualitas Aqua Lebih Baik Dibandingkan Merek Lain	94
Tabel 3.37	Responden Selalu Memprioritaskan Aqua	95
Tabel 3.38	Responden Berani Membayar Lebih Mahal	96
Tabel 3.39	Responden Memberitahukan Kualitas Aqua Adalah Terbaik	96
Tabel 3.40	Responden Menyarankan untuk Menggunakan Aqua	97
Tabel 3.41	Interval Loyalitas Merek	99
Tabel 3.42	Tabel Koefisien Korelasi	100
Tabel 3.43	Model Summary Regresi Linier Sederhana	101
Tabel 3.44	Tabel Koefisien Regresi Linier Sederhana	102
Tabel 3.45	Model Summary <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	104
Tabel 3.46	Tabel Anova <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	104
Tabel 3.47	Tabel Koefisien <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	104

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Piramida Loyalitas Merek	16
Gambar 1.2	Hubungan Antar Variabel	27
Gambar 3.1	Hubungan Variabel	107



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data mentah SPSS 15.0
Lampiran 2	Kuesioner
Lampiran 3	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	Tabel Distribusi Frekuensi
Lampiran 5	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana
Lampiran 6	Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)
Lampiran 7	Aplikasi Googledocs