



**Analisis Tanggapan Masyarakat Terhadap Iklan Sepeda  
Motor Yamaha Jupiter MX di Televisi pada Kecamatan  
Patrang**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Ekonomi (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

**Christian Catur Hendra Yanto**

**NIM (060810291051)**

**Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi**

**Universitas Jember**

**2010**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Christian Catur Hendra Yanto  
NIM : 060810291051  
Jurusan : MANAJEMEN  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Analisis Tanggapan Masyarakat Terhadap Iklan Sepeda Motor  
Yamaha Jupiter MX di Televisi pada Kecamatan Patrang.

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 27 Desember 2010  
Yang Menyatakan,

**Christian Catur Hendra Yanto**  
**NIM. 060810291051**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Tanggapan Masyarakat Terhadap Iklan Sepeda Motor  
Yamaha Jupiter MX di Televisi pada Kecamatan Patrang.  
Nama Mahasiswa : Christian Catur Hendra Yanto  
NIM : 060810291051  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dra. Diah Yulisetiari, M.Si  
NIP. 19610729 198603 2 001

Dr. Diana Sulianti K, SE, M.Si  
NIP. 19741212 200012 2 001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si  
NIP. 196610201 990002 2 001

**JUDUL SKRIPSI**

**ANALISIS TANGGAPAN MASYARAKAT TERHADAP IKLAN SEPEDA  
MOTOR YAMAHA JUPITER MX di TELEVISI PADA KECAMATAN  
PATRANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : CHRISTIAN CATUR HENDRA YANTO

NIM : 060810291051

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

14 Januari 2011

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : Drs. Sudaryanto, MBA. Ph.D .....

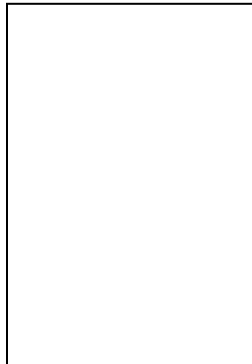
NIP. 19660408 199103 1 001

Sekretaris : Dr. Diana Sulianti K.SE. M.Si .....

NIP. 19741212 200012 2 001

Anggota : Dra. Diah Yulisetiari, M.Si .....

NIP. 19610729 198603 2 001



Mengetahui,  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember  
Dekan,

Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc.  
NIP. 19560831 198403 1 002

## **PERSEMBAHAN**

Dengan segala kerendahan hati, kuucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa. KepadaNya ku berserah penuh.

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Kepada Kedua Orang Tuaku, Papa dan Mama Selaku Pemberi Nasehat Hidup dan Yang Selalu Berdo'a Untukku Agar Menjadi Orang Yang Sukses.
- Kepada Semua Dosen Ekonomi Jurusan Manajemen, Terima Kasih Atas Dukungannya Serta Bimbingannya Sampai Akhirnya terselesaikan Skripsi ini.
- Untuk Teman-Temanku Seluruh Fakultas Ekonomi Khususnya Jurusan Manajemen yang Selalu Ada Untuk membantuku.
- Untuk Semua Orang Yang Mengasihi Dan Kukasihi Karena Kasih KaruniNya.
- Almamaterku Tercinta. Universitas Jember

## **MOTTO**

Tuhan takkan terlambat, juga tak akan lebih cepat  
Bagaikan, kuncup mawar pada waktunya mekar,  
Percaya,  
Tuhan jadikan semua indah pada waktu-Nya  
(Christian Catur H.Y)

Jagalah visi kita agar tetap hidup!  
Jangan menyerah, tetap terbang sekalipun di sekitar kita gelap.  
(RH. Cakrawala)

Tak soal berapa kali anda  
jatuh,  
Yang penting, masihkah anda mau bangun kembali?  
(RH. Gloria)

...kita juga bermegah juga dalam kesengsaraan kita, karena kita tahu bahwa  
kesengsaraan itu menimbulkan ketekunan,  
dan ketekunan menimbulkan tahan uji dan tahan uji menimbulkan pengharapan.  
(Roma 5: 3b-4)

Wong kang wicaksana, becik ngrungokna, supaya wuwuh ngelmune,  
lan wong kang duwe pangretaen supaya oleh bab-bab kang kena kanggo  
tetimbangan –  
(Wulangan Bebasan/Amsal 1: 5)

“ Keberhasilan hidup kita sepenuhnya ada dalam tanggung-jawab pribadi masing-  
masing  
Janganlah lagi menunggu dibuat berhasil, dan jangan ijinkan orang lain  
memperlambat keberhasilan kita  
Kehidupan ini adalah kehidupan kita maka keberhasilannya adalah keputusan  
penuh kita“  
(Mario Teguh)

# **ANALISIS TANGGAPAN MASYARAKAT TERHADAP IKLAN SEPEDA MOTOR YAMAHA JUPITER MX DI TELEVISI PADA KECAMATAN PATRANG**

## **ABSTRAKSI**

Penelitian ini berjudul “Analisis Tanggapan Masyarakat Terhadap iklan Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX di Televisi Pada Kecamatan Patrang”. Penelitian ini bertujuan mengetahui respon atau tanggapan masyarakat terhadap iklan sepeda motor Yamaha Jupiter MX di televisi dalam proses pengamatan masyarakat ditinjau dari aspek penilaian (*Attention, Interest, Desire, Conviction, Action*).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki televisi dan pernah melihat iklan sepeda motor Yamaha Jupiter MX di televisi atau merupakan bagian pengguna sepeda motor yang diambil pada semua penduduk dilingkungan Kecamatan Patrang yang berjumlah 85.343 jiwa dengan pengambilan sampel sebanyak 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah metode Analisis Proporsi dan Analisis Rata-Rata Hitung Tertimbang untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap iklan sepeda motor Yamaha Jupiter MX di televisi ditinjau dari aspek AIDCA (*Attention, Interest, Desire, Conviction, Action*).

Hasil perhitungan dari analisis Proporsi dan analisis Rata-Rata Hitung Tertimbang diperoleh kesimpulan bahwa masing-masing variabel AIDCA (*Attention, Interest, Desire, Conviction, Action*) mendapatkan nilai skor yang tinggi, yang artinya secara keseluruhan mendapatkan persepsi yang tinggi dari masyarakat. Hasil pengukuran ini memberikan gambaran bahwa ternyata iklan tersebut cukup menarik perhatian, dapat menciptakan ketertarikan, menciptakan keinginan konsumen untuk menyaksikan iklan sepeda motor Yamaha Jupiter MX dan memberikan nuansa keyakinan atas produk yang ditawarkan serta mampu menggerakkan minat masyarakat untuk melakukan tindakan pembelian.

Kata Kunci : *Attention* (Perhatian), *Interest* (Ketertarikan), *Desire* (Keinginan), *Conviction* (Keyakinan), *Action* (Tindakan)

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Berkat dan Kasih KaruniaNya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Tanggapan Masyarakat Terhadap Iklan Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX di Televisi Pada Kecamatan Patrang” ini tepat pada waktunya. Penulisan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Strata (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Pada kesempatan ini penulisan ingin mengucapkan terimah kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dari awal penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Dr.Mohamad Dimiyati, SE, M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Dra. Diah Yulisetiari, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran, kesabaran serta perhatian beliau guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penulisan skripsi ini.
4. Dr. Diana Sulianti K. Tobing, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran, kesabaran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penulisan skripsi ini.
5. Drs. Sudaryanto, MBA. Ph.D selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan pikiran, kesabaran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tuaku yang tercinta dan kukasihi selalu, terimakasih atas segala doa restu dan segalanya yang telah diberikan untuk keberhasilan penulis.
7. Terima kasih untuk kakak-kakaku yang kukasihi, Sam Adi, Sam Bhouncis, Sam Cs, nuwus kanyab Sam segala bantuane. Gusti Yesus Mberkati.
8. Untuk Florencia D. Kristanti yang selalu memberi pengertian, semangat, dan doa untukku dalam mengerjakan skripsi ini dari awal sampai selesai.



9. Buat teman-teman ku yang sudah mensupport, teman-teman seluruh Fakultas Ekonomi, sahabat padepokan ndlogok mania, j-punk d'crek dan yang tidak bisa kusebutkan satu persatu semuanya terima kasih banyak.
10. Dan seluruh pihak yang telah banyak membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih buat semuanya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang memberikan bantuan tersebut diatas. Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jember, 27 Desember 2010

Penulis

Christian Catur Hendra Yanto

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>5</b>
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	5
2.1.2 Arti dan Tujuan Periklanan.....	7
2.1.3 Media Televisi Sebagai Media Periklanan.....	9
2.1.4 Positioning Produk dalam Iklan.....	9
2.1.5 Model Proses Komunikasi.....	10
2.1.6 Perilaku Konsumen.....	12
2.1.7 Sikap Konsumen dan Karakteristiknya.....	13
2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	14
2.3 Kerangka Konseptual.....	15

<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>17</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	17
3.2 Populasi.....	17
3.3 Sampel.....	17
3.4 Proses Pengumpulan Data.....	19
3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	19
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.5 Identitas Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	19
3.5.1 Identitas Variabel.....	19
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.6 Pengukuran Variabel.....	21
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	22
3.7.1 Uji Validitas.....	22
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	22
3.8 Metode Analisis Data.....	23
3.8.1 Analisis Proporsi.....	23
3.8.2 Analisis Rata-Rata Hitung Tertimbang.....	24
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah.....	25
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>27</b>
4.1 Gambaran Umum Wilayah Penelitian.....	27
4.1.1 Kondisi Geografis.....	27
4.1.2 Keadaan Demografi.....	27
4.2 Karakteristik Responden.....	28
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Umur.....	29
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	30
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	30
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	31
4.3.1 Uji Validitas.....	31
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	32

4.4 Analisis Data.....	33
4.4.1 Variabel <i>Attention</i> (Perhatian).....	33
4.4.2 Variabel <i>Interest</i> (Ketertarikan).....	35
4.4.3 Variabel <i>Desire</i> (Keinginan).....	37
4.4.4 Variabel <i>Conviction</i> (Keyakinan).....	38
4.4.5 Variabel <i>Action</i> (Tindakan).....	40
4.5 Pembahasan.....	42
4.6 Keterbatasan Penelitian.....	47
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>48</b>
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang.....	15
Tabel 3.1.	Ukuran Sampel Secara Proposional Pada Kecamatan Patrang Jember.....	18
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk Kecamatan Patrang Berdasarkan Jenis Kelamin di Kelurahan.....	28
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasar Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Bedasar Umur.....	29
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	30
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	30
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	32
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	33
Tabel 4.8	Tingkat Perhatian Tayangan Iklan Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX di Televisi.....	34
Tabel 4.9	Tingkat Perhatian Responden Terhadap Citra dari Iklan Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX.....	34
Tabel 4.10	Tingkat Pemahaman Responden Melihat Tayangan Iklan Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX.....	35
Tabel 4.11	Tingkat Ketertarikan Responden Adanya Iklan Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX di Televisi.....	36
Tabel 4.12	Tingkat Kesukaan Responden Terhadap Tayangan Iklan Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX di Televisi.....	37
Tabel 4.13	Tingkat Keinginan Kembali Untuk Mengetahui Lebih Lanjut Mengenai Produk Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX Setelah Menyaksikan Iklannya di Televisi.....	38
Tabel 4.14	Tingkat Respon Responden terhadap Produk Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX.....	39

Tabel 4.15	Tingkat Keyakinan Responden Terhadap Produk Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX.....	39
Tabel 4.16	Tingkat Ketertarikan Responden Untuk Membeli Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX.....	40
Tabel 4.17	Tingkat Ketertarikan Responden Untuk Membeli Kembali Jika Ada Produk Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX yang Baru.....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model proses komunikasi AIDCA.....	11
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual.....	16
Gambar 3.1	Kerangka Pemecahan Masalah.....	25
Gambar 4.1	Diagram Skor Rata-Rata Hitung Variabel AIDCA.....	44

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner.....	53
Lampiran 2. Identitas Responden.....	57
Lampiran 3. Data Hasil Kuisisioner.....	60
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	63
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Lampiran 6. Perhitungan Skor Rata-Rata Hitung Tertimbang.....	70