



**PENGARUH ATRIBUT, SIFAT DAN WAKTU PADA SPOT IKLAN
DIAPET TERHADAP MOTIVASI DAN LOYALITAS MERK
(STUDI PADA PT. RADIO SOKA ADISWARA JEMBER)**

*Impact of Attribute, Character and Time on Diapet's Loose Spot
to Motivation and Merk's Loyalty
(Study on PT. Radio Soka Adiswara Jember)*

TESIS

OLEH:

WAHYU PRIMASARI, S.P.

NIM. 080820101056

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2010**



**PENGARUH ATRIBUT, SIFAT DAN WAKTU PADA SPOT IKLAN
DIAPET TERHADAP MOTIVASI DAN LOYALITAS MERK
(STUDI PADA PT. RADIO SOKA ADISWARA JEMBER)**

*The Impact of Attributes, Characteristics and Duration
on Diapet's Loose Spot to Motivation and Merk's Loyalty
(Study on PT. Radio Soka Adiswara Jember)*

**TESIS INI DISERAHKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MEMPEROLEH GELAR
MAGISTER MANAJEMEN**

Oleh :

WAHYU PRIMASARI, S.P.

NIM. 080820101056

Pembimbing Tesis

Dr. Imam Suroso, S.E., Msi.

Drs. Kamarul Imam, M.Sc.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2010**

PERSETUJUAN

Tesis ini telah disetujui
Tanggal: 13 Desember 2010

Oleh
Pembimbing Utama

Dr. Imam Suroso, S.E.,M.Si
NIP. 19591013 198802 1 001

Pembimbing Anggota

Drs. Kamarul Imam, M.Sc
NIP. 19480922 198103 1 001

Mengetahui/Menyetujui
Pascasarjana Universitas Jember
Program Magister Manajemen
Ketua Program Studi

Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM
NIP. 19600413 198603 1 002

PENGESAHAN

Tesis Berjudul : “Pengaruh Atribut, Sifat dan Waktu pada Spot Iklan Diapet Terhadap Motivasi dan Loyalitas Merk (Studi pada PT. Radio Soka Adiswara Jember)” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Jember pada:

Hari : Senin

Tanggal : 13 Desember 2010

Tempat : Gedung Pascasarjana Universitas Jember

Tim Penguji
Ketua

Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM
NIP. 19600413 198603 1 002

Anggota I

Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si
NIP. 19591013 198802 1 001

Anggota II

Drs. Kamarul Imam, M.Sc
NIP. 19480922 198103 1 001

Mengetahui/Menyetujui
Ketua Program Studi Magister Manajemen

Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM
NIP. 19600413 198603 1 002

Mengetahui/Menyetujui,
Universitas Jember
Dekan Fakultas Ekonomi,

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

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Wahyu Primasari, S.P.

NIM : 080820101056

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “Pengaruh Atribut, Sifat dan Waktu pada Spot Iklan Diapet Terhadap Motivasi dan Loyalitas Merk (Studi pada PT. Radio Soka Adiswara Jember)” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 13 Desember 2010

Yang menyatakan,

Wahyu Primasari, S.P.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini dipersembahkan kepada:

1. Ibu Hj. Suhartati, S.,S.H.,M.Hum.. *beloved Mother in heaven..*
Belasan tahun lalu, *Mom* adalah yang mengukirkan bahwa kami, anak-anaknya harus sekolah setinggi-tingginya, dengan mengajak saya menemaninya ke Kampus Pascasarjana Universitas Airlangga Surabaya, melihat suasana perkuliahan, menemani konsultasi ke dosen, menjilid tesis di tempat *fotocopy*, bersahabat dengan buku-buku dan perpustakaan, serta membentuk paradigma bahwa menuntut ilmu adalah bagian dari investasi yang harus dimiliki, target yang harus diusahakan dan kodrat yang harus dijalani sebagai manusia. Pima sudah lulus *Mom...*dengan ini, Pima mengobati rasa kangen dan menuntaskan kewajiban terhadapmu.. Terimakasih banyak atas banyak hal yang telah ditanamkan.. Pima *love you lots..*;
2. Bapak H. Totok Hindarto, S.H., Terimakasih Bapak selalu sabar menemani dalam kondisi apapun, mendukung setiap langkah Pima, mengingatkan untuk selalu dekat dengan Allah SWT dan senantiasa mendoakan.. Semoga Pima dapat menjadi kebanggaan Bapak;
3. Mbah Uti Supinah ..Terima kasih untuk selalu menjadi sahabat, merawat dan membesarkan dengan kasih yang tiada henti, Pima sayang Uti;
4. Adina Nurashri Hindarto, S.H., *I am very proud to what you have done, dear sista,,*
5. Almamater Universitas Jember.

HALAMAN MOTTO

“Radio Ad Slogan is covering the story you need to know”
(Chicago Tribune-2010)

“Orang Muslim Ga Boleh Minder”
(Anto-2010)

***“If I could fall into the sky, Do you think time would pass me by
Cause you know I’d walk
A Thousand Miles..”***
(Vanessa Charlton-2007)

“Ain’t Different is Ain’t Normal”
(Kawanku Magz-1997)

ABSTRAK

Penyiaran iklan melalui media radio merupakan salah satu strategi promosi suatu produk untuk dapat mendekati diri dengan konsumen serta meningkatkan daya jual. Produksi iklan pada media radio memiliki karakteristik khusus yang berbeda dengan media lainnya. Kesuksesan promosi melalui media radio antara lain memperhatikan atribut, sifat serta waktu penyiaran spot iklan. Dalam penelitian ini diteliti spot iklan Diapet yang disiarkan pada PT.Radio Soka Adiswara Jember. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh atribut, sifat dan waktu *spot* iklan terhadap motivasi *sokais* dan bagaimana pengaruh lainnya terhadap loyalitas merk. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian *explanatory* dan menggunakan metode survey. Populasi penelitian adalah keseluruhan masyarakat Jember pendengar Soka Radio yang mendengarkan *spot* iklan Diapet dan loyal terhadap produk Diapet. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan *stratified proportional quota sampling* dan diperoleh 110 sampel. Metode analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan *Structural Equation Model* (SEM), dimana variabel eksogennya terdiri dari atribut *spot* iklan (X_1); sifat *spot* iklan (X_2); waktu *spot* iklan (X_3); variabel endogen terdiri dari loyalitas merk (Y) serta motivasi *sokais* (Z) sebagai variabel *intervening*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut, sifat dan waktu spot iklan memberikan pengaruh baik secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap loyalitas merk, berturut-turut pengaruh totalnya sebesar 0,467; 0,270 dan 0,380, sementara motivasi berpengaruh langsung sebesar 0,453 terhadap loyalitas merk. Model ini memiliki tingkat kesesuaian yang cukup memadai, karena memiliki tingkat signifikansi sebesar 5%, $GFI \geq 0.90$, $RMSEA \leq 0.08$, $AGFI 0.90-0.95$; $CMIN/DF \leq 2.00$; $CFI \geq 0.95$ serta nilai TLI sebesar ≥ 0.90 .

Kata Kunci : *Radio, Spot Iklan, Atribut, Sifat, Waktu, Loyalitas Merk, Motivasi.*

ABSTRACT

Advertising by radio broadcast is a kind of promotion strategy to get closer brands to their customer and for reach up sale power. Advertising production on media radio have special character which is different with another media. The way to get success on promotion by media radio can be depends on loose spot's attributes, characteristics and duration. Precise of this research is Diapet's loose spot which broadcasted on PT. Radio Soka Adiswara Jember. The aim of this research are to know direct and indirect impact of loose spot's attributes, characteristics and duration to motivation, also to know those impact to brand loyalty. This research is an explanatory research and use survey method. The population are Jember's citizen who are Soka Radio's listeners, listen Diapet's loose spot and got loyal to Diapet Brand. Sample have taken by stratified proportional sample and gotten 110 sample. This research is using description analysis and Structural Equation Model (SEM) for data analysis method. Variable of this research are loose spot's attributes (X_1), characteristics (X_2) and duration (X_3) as exogen variable, brand loyalty (Y) as endogen variable also motivation (Z) as intervening variable. Summary of this reasearch is showing that loose spot's attribute, character and time have direct and indirect impact to brand merk and the total impact are about 0,467; 0,270 and 0,380. While motivation has direct impact too to brand loyalty, and it's about 0,453 on total impact. These model have good range because It have signification level about 5%; $GFI \geq 0.90$; $RMSEA \leq 0.08$; $AGFI 0.90-0.95$; $CMIN/DF \leq 2.00$; $CFI \geq 0.95$ and TLI range about ≥ 0.90 .

Keywords : Radio, loose spot, attributes, characteristics, duration, brand's loyalty, motivation.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur *Alhamdulillah* atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNya, yang telah dilimpahkan sehingga dapat terselesaikannya penulisan Tesis ini. Penyusunan Tesis ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi S-2 (Magister Manajemen) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Sebagai ungkapan rasa syukur dan terimakasih, maka pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

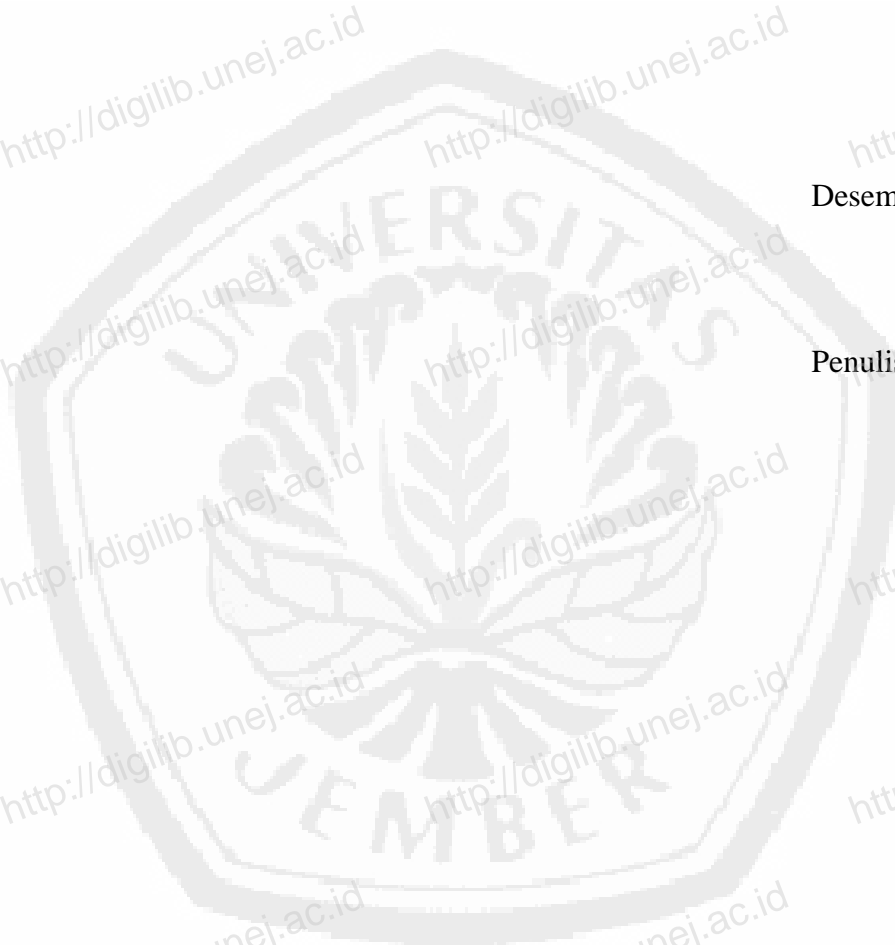
1. Prof. Dr. Moh. Saleh, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan Tesis ini dapat terselesaikan;
4. Drs. Kamarul Imam, M.Sc., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan Tesis ini dapat terselesaikan;
5. Ir. Martinus P.H., M.Sc., Ph.D.; Dr. Ir. Sholeh Avivi, M.Si.; Ir. Sundhari, PGDip.Agr.Sc., M.P.; Ir. Didik Pudji Restanto., M.S., Ph.D., terimakasih atas bimbingannya selama ini;
6. Rekan-rekan MM 2008 kelas pagi dan MM konsentrasi pemasaran 2008 kelas sore Program Pascasarjana Universitas Jember serta Segenap Civitas Akademika Program Pascasarjana, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember;

7. Bapak Toshihide Ochiai; Bapak Tatok Yudiono beserta segenap Crew PT. Radio Soka Adiswara Jember, yang telah memberikan ijin serta membantu dalam pelaksanaan penelitian;
8. *Sokais*-para pendengar Soka radio- yang *kooperatif* dalam pengisian *kuisisioner* dan banyak memberikan sumbang sarannya;
9. Ibu. Hj. Suhartati, S.,S.H.,M.Hum (Alm.); Bapak H. Totok Hindarto, S.H.; Mbah Uti Supinah dan adikku Adina Nurashri Hindarto, S.H.;
10. Mbah Kakung H. Sarngadi Al Hadi Prayitno (Alm.), Budhe Endang Widiastuti, Tante Megayanti Peni Yuarini dan Laksmi Dewi Wulandari *Tjahjono-best cousins, those who always inspiring*;
11. Rhama Wisnu Wardhana, S.H. *thanks for light of love and support*;
12. Fike Martha Fidiastuti Kaspandi, S.P., M.P. dan Lely Ana Eka Verawatiningsih, S.E., M.H., M.M., yang menjadi mentor terbaik dan menyemangati untuk menyelesaikan tesis;
13. Robianto Setiadi; Adhlan Zuhriansyah; M. Azmi Haidar; Jeffri Suryo Iswahyudi- terima kasih untuk saling memberi semangat, kita pasti bisa!!
14. Pimpinan dan rekan-rekan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Jember;
15. Para Sahabat: Nuniek Puspa Ariyanti; dr. Vina Maya Puspita; Khairia Octavia; Rizka Amalia Wijayanti; Sophia Alatas; Hendra Kurniawan Haryono; Amir Ansyori; Rindu Achsan; Sinyo Afis Fioda; Okky Angry Hartono; Dedy Dharmawan; Alumni Soka Radio (Radityo Wicaksono, Firmin Kusmono, Dessy D. Nasikha, Regina Ratnasari, Intan Febri Ananta, Adhitya Adhi Nugraha, Dwi Yuli Andini, Agus Wahyudi Prajoko, Ninik Sofia, Herlambang Devianto, Tetaplah Berpikir Jernih); KISS FM-*light* (Jim Mario Pamungkas Linuh, Yesi Mariska, Sintafuri Ardani, Ajeng Karina, Ilhamsyah); Wienda Kristanty, Nurrahmi Ken Wirastuti; Diah Fitri Budi W; Indah Wahyu Panca Warni; Rasullah Perdania;
16. Seluruh pihak yang membantu semangat dan dorongan sehingga Tesis ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kemampuan yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya Tesis ini masih terdapat kekurangan. Tiada gading yang tak retak. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.. Semoga Tesis ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi Pasca Sarjana pada khususnya.

Desember 2010

Penulis



CURICULLUM VITAE

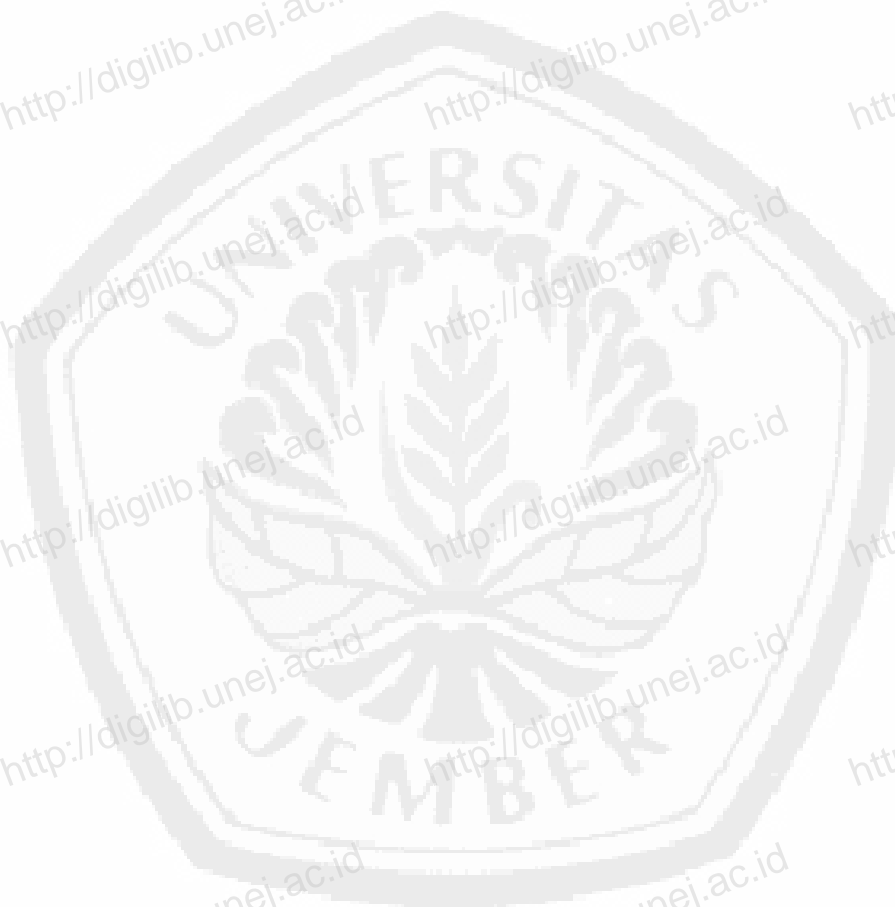
Penulis-Wahyu Primasari - lahir di Jember, pada tanggal 17 September 1983, merupakan putri pertama dari dua bersaudara pasangan H. Totok Hindarto, S.H dan (Alm) Hj. Suhartati, S., S.H., M.Hum. Riwayat pendidikan formal dimulai dari TK. Anggraini Kalikempit-Banyuwangi, SDN. Kepatihan XVI Jember, SMPN 2 Jember, SMUN 2 Jember dan menyelesaikan pendidikan S-1 pada Program Studi Agronomi Fakultas Pertanian Universitas Jember, dengan karya ilmiah tertulis berjudul “Kultur *In-vitro* Tomat Varietas Idola dengan Eksplan Hipokotil, Kotiledon dan Tunas Pucuk” (2008). Dalam kegiatan informal, penulis aktif dalam organisasi Unit Kegiatan Seni Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Jember-PANJALU; menjadi *Band Vocalist* (2002-2006); *Master Ceremony* (2004-2010); mengerjakan *recording session* untuk album karya seni independen (2007-2009); mengerjakan proyek film independen dengan tema akulturasi budaya Jawa-China berjudul “*Pilgrimage*” (2009) bersama mahasiswa program pascasarjana *Sidney University - Sidney, Australia* jurusan *film-making*; bekerja paruh-waktu sebagai *Radio Announcer* dan *Music Director* pada PT. Radio Soka Adiswara Jember (2002-2009) dan sebagai *TV News Anchor* pada JTV (2008-2010). Saat ini penulis bekerja pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Jember. Ketertarikan kepada *radio broadcast* serta *advertising*, membuat penulis memilih bidang ini sebagai obyek penelitian untuk Tesis.

DAFTAR ISI

JUDUL	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
<i>CURICULLUM VITAE</i>	xii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	15
1.3.1 Tujuan Penelitian	15
1.3.2 Manfaat Penelitian	16
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Definisi Iklan	17
2.1.2 Perencanaan Media dalam Periklanan	22
2.1.3 Media Radio	23
2.1.4 Penyiaran Iklan Melalui Media Radio	26
2.1.5 Motivasi	34
2.1.6 Loyalitas	37
2.2 Penelitian Terdahulu	42
2.3 Kerangka Konseptual	51

2.4 Hipotesis.....	55
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	56
3.1 Rancangan Penelitian.....	56
3.2 Lokasi, Obyek dan Waktu Penelitian.....	56
3.3 Populasi dan Sampel	57
3.3.1 Populasi Penelitian.....	57
3.3.2 Sampel Penelitian.....	57
3.4 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	59
3.5.1 Jenis dan Sumber Data.....	59
3.5.2 Metode Pengumpulan Data.....	60
3.5 Identifikasi Variabel Penelitian.....	60
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	61
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	66
3.8 Metode Analisis Data.....	66
BAB 4. HASIL PENELITIAN, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Hasil Penelitian	74
4.1.1 Karakteristik Responden	74
4.2 Analisis.....	78
4.2.1 Analisa Statistik Deskriptif	78
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	82
4.2.3 Hasil Uji SEM.....	85
4.3 Pembahasan.....	99
4.3.1 Pengaruh Atribut Spot Iklan Diapet Terhadap Motivasi Pendengar Soka Radio (<i>sokais</i>).....	99
4.3.2 Pengaruh Sifat Spot Iklan Diapet Terhadap Motivasi Pendengar Soka Radio (<i>sokais</i>).....	100
4.3.3 Pengaruh Waktu Spot Iklan Diapet Terhadap Motivasi Pendengar Soka Radio (<i>sokais</i>).....	101
4.3.4 Pengaruh Atribut Spot Iklan Diapet Terhadap Loyalitas Merk	102
4.3.5 Pengaruh Sifat Spot Iklan Diapet Terhadap Loyalitas Merk	103
4.3.6 Pengaruh Waktu Spot Iklan Diapet Terhadap Loyalitas Merk	103
4.3.7 Pengaruh Motivasi Terhadap Loyalitas Merk.....	104
4.3.8 Implikasi Hasil Penelitian	105

4.3.9 Keterbatasan Penelitian.....	105
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN-LAMPIRAN	116



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	20 Besar Data Belanja Iklan di Indonesia Tahun 2005.....	2
1.2	<i>Sharing</i> Belanja Iklan pada Media di Indonesia Tahun 1998-2003.....	6
1.3	Anggaran Belanja Iklan Melalui Media Radio dan Total Anggaran Belanja Iklan Melalui Berbagai Media di Indonesia 1998-2008	10
2.1	Bentuk Periklanan pada Radio Siaran Swasta	28
3.1	Hubungan Jumlah Butir Pernyataan dengan Reliabilitas Instrumen.....	69
3.2	Kriteria <i>Evaluasi Goodness of Fit</i>	73
4.1	Distribusi Penyebaran Usia Responden	75
4.2	Distribusi Penyebaran Jenis Kelamin	75
4.3	Distribusi Penyebaran Status Pekerjaan Responden	76
4.4	Distribusi Penyebaran Durasi Responden Mendengarkan Radio dalam Satu Hari.....	77
4.5	Distribusi Waktu Responden Mendengarkan Radio	78
4.6	Nilai Kecenderungan Skor Indikator Variabel Penelitian.....	79
4.7	Hasil Uji Validitas Indikator Pengukuran Variabel Laten	83
4.8	Hasil Uji Reliabilitas Indikator Pengukuran Variabel Laten	84
4.9	Uji Normalitas Data	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Kurva Persentase Kenaikan Belanja Iklan Negara-negara Asia Pasific Sepanjang Tahun 2008-2009.....	3
1.2	Diagram <i>Radio Listenership in Nine City</i> 2008.....	8
1.3	Diagram Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk yang Dipengaruhi oleh Media	12
2.1	Bagan Hubungan Pengiklan, Biro Iklan dan Media.....	22
2.2	Hierarki Kebutuhan	35
2.3	Pemunculan <i>Tension</i>	37
2.4	Kerangka Proses Berpikir	52
2.5	Kerangka Konseptual.....	55
4.1	Model Final Persamaan Struktural.....	86
4.2	Model Final Eksplisit.....	91
4.3	Total Pengaruh Jalur Atribut <i>Spot</i> iklan (X_1) Terhadap Loyalitas Merk (Y)....	94
4.4	Total Pengaruh Jalur Sifat <i>Spot</i> iklan (X_2) Terhadap Loyalitas Merk (Y)	95
4.5	Total Pengaruh Jalur Waktu <i>Spot</i> iklan (X_3) Terhadap Loyalitas Merk (Y)	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuisisioner Penelitian	116
2	Hasil Kuisisioner	122
3	Analisis Deskriptif Statistik	125
4	<i>Analysis Summary</i>	157

