

**PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA
MANDIRA KUPANG TERHADAP IKLAN SEPEDA MOTOR
HONDA, SUZUKI DAN YAMAHA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh

NANCYE. M TALLO
NO. REG: 32109018

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2014**

LEMBAR PENGESAHAN

PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG TERHADAP IKLAN TELEVISI SEPEDA MOTOR HONDA SUZUKI DAN YAMAHA

Nama : Nancye Marriani Tallo
No. Registrasi : 32109018
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I



Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM

Pembimbing II



Dra. Sukamti, MM

Kupang.....

Ketua Jurusan Manajemen



Drs. H. Gaudensius Djuang, MM

LEMBAR PERSETUJUAN

PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG TERHADAP IKLAN TELEVISI SEPEDA MOTOR HONDA SUZUKI DAN YAMAHA

Nama : Nancye Marriani Tallo
No. Registrasi : 32109018
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan dewan penguji dan dinyatakan lulus
pada tanggal 14 Mei 2014, di ruang B 110

Susunan Dewan Penguji

- | | | |
|------------------------|----------------------------------|---------|
| 1. Ketua | : Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM | (.....) |
| 2. Sekretaris | : Dra. Sukamti, MM | (.....) |
| 3. Anggota Penguji I | : Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM | (.....) |
| 4. Anggota Penguji II | : Drs. Antonius Ugak, M.Si | (.....) |
| 5. Anggota Penguji III | : Dra. Sukamti, MM | (.....) |

Mengetahui

Kupang, Mei 2014

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Thomas Ola, SE, M.Si

Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM

MOTTO

Dari ibu, kita belajar mengasih

Dari ayah kita belajar tanggungjawab

Dari teman kita belajar memahami

*Dari Allah kita belajar cinta kasih yang
tulus.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas berkat Tuhan Yesus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul: **“PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG TERHADAP IKLAN TELEVISI SEPEDA MOTOR HONDA, SUZUKI DAN YAMAHA”** dapat disusun sesuai dengan rencana meskipun dalam pelaksanaannya banyak mengalami kesulitan dan hambatan.

Penelitian ini dapat diselesaikan dengan adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang beserta semua staf dosen yang telah membekali penulis dengan berbagai pengetahuan selama kuliah.
2. Bapak Dr. Thomas Ola, selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah membantu penulis dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik di Fakultas Ekonomi dalam kepemimpinan beliau.
3. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian
4. Bapak Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM dan Ibu Dra. Sukanti, MM selaku pembimbing I dan Pembimbing II yang dengan segala kerendahan hati dan perhatiannya telah mencurahkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis sejak awal hingga akhir dalam penulisan skripsi ini.

5. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM, selaku penguji I dan Bapak Drs. Antonius Ugak, M.Si, selaku penguji II yang telah membantu memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis.
6. Bapak Fredrick Lodowyik Tallo dan mama Imelda Tallo Parera Fernandez yang sudah dengan susah payah membesarkan penulis dan membiayai penulis selama dibangku pendidikan.
7. Teman-teman seperjuangan Anjos, Jorky, Alda, Diana, Jilda, Mika, Noly, Vita, yang sudah yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini, terima kasih atas dukungannya baik moril maupun materil.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna, Oleh karena itu segala pendapat ,saran, dan kritik yang membangun sangat diharapkan oleh penulis. Semoga skripsi ini dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam penelitian selanjutnya.

Kupang, Mei, 2014

Penulis

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Nancye M. Tallo** dengan judul **“PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG TERHADAP IKLAN TELEVISI SEPEDA MOTOR HONDA, SUZUKI DAN YAMAHA”** di bawah bimbingan Bapak Drs. Ec. Sabinus Hatul, MM sebagai Pembimbing I dan Ibu Dra. Sukamti, MM selaku pembimbing II.

Kegiatan periklanan yang efektif mampu mempengaruhi masyarakat untuk membeli dan mengkonsumsi. Periklanan sebagai media paling lazim digunakan suatu perusahaan untuk mengarahkan komunikasi yang *persuasive* pada konsumen. Iklan ditujukan untuk mempengaruhi perasaan, pengetahuan, makna, kepercayaan, sikap dan citra konsumen yang berkaitan dengan suatu produk atau merek.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, jalan Jend. A. Yani Kupang. Terhitung mulai dari bulan Juni 2013 sampai Mei 2014. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah: Wawancara, Kuesioner yaitu teknik yang menggunakan angket atau kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan dan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon dengan mengisi daftar pertanyaan tersebut.

Hasil penelitian mengenai “Persepsi Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandira Kupang Terhadap Iklan Televisi Sepeda Motor Honda, Suzuki dan Yamaha dengan kesimpulan bahwa hasil dari nilai rata-rata hitung (mean) setiap variabel menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap Isi Pesan, Struktur Pesan Iklan, Tampilan Pesan Iklan, Sumber Pesan adalah baik, atau rata-rata berada pada rentang skala 340-420. Persepsi mahasiswa UNWIRA terhadap isi pesan iklan merek motor yang sangat baik adalah merek Motor Yamaha sebanyak 84%. Persepsi mahasiswa UNWIRA berdasarkan struktur pesan iklan merek motor yang sangat baik adalah merek motor Yamaha yaitu 35%, disusul merek motor Suzuki 29% dan merek motor Honda 25%. Persepsi mahasiswa UNWIRA Kupang berdasarkan tampilan pesan iklan merek motor yang sangat baik adalah merek motor Yamaha yaitu sebesar 34%, disusul merek motor Suzuki 31% dan merek motor Honda 28%. Persepsi mahasiswa UNWIRA Kupang berdasarkan sumber pesan iklan adalah merek motor Yamaha yaitu sangat baik 58%, disusul merek motor Suzuki 46% dan merek motor Honda 40%.

Saran yang dikemukakan peneliti sebagai berikut : (1) Periklanan cenderung dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Oleh karena itu, untuk menghasilkan iklan yang baik perusahaan dituntut untuk menjalankan elemen-elemen dari kreativitas iklan yang meliputi isi pesan iklan, struktur pesan iklan, tampilan pesan iklan, sumber pesan iklan. (2) Lebih banyak menampilkan artis-artis muda sebagai pendukungnya, hal ini sesuai pasar yang dibidik oleh merek motor tertentu, misalnya merek motor Yamaha karena usia muda merupakan pangsa pasar yang sangat besar.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBARAN PENGESAHAN	ii
LEMBARAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	10
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2 Promosi.....	13
2.2.1 Pengertian Promosi.....	13
2.2.2 Tujuan Promosi.....	14
2.3 Periklanan.....	15
2.3.1 Definisi Iklan.....	15
2.3.2 Tujuan Iklan.....	16
2.3.3 Jenis Iklan.....	17

2.3.4	Keunggulan dan Kelemahan Periklanan.....	19
2.4	Media Periklanan.....	20
2.4.1	Media Televisi.....	20
2.4.2	Kelebihan dan Kelemahan Televisi.....	21
2.4.3	Kelemahan Iklan Televisi.....	23
2.5	Merancang Pesan.....	23
2.6	Merek.....	26
2.6.1	Pengertian Merek.....	26
2.6.2	Tingkat Pengertian Merek.....	27
2.6.3	Manfaat Merek.....	28
2.7	Perilaku Konsumen.....	29
2.7.1	Definisi Perilaku Konsumen.....	29
2.7.2	Model Perilaku konsumen.....	30
2.7.3	Variabel - Variabel Dalam Mempelajari Perilaku Konsumen.....	31
2.8	Persepsi.....	32
2.8.1	Pengertian Persepsi.....	32
2.8.2	Karakteristik Stimulus Yang Mempengaruhi Persepsi.....	34
2.9	Penelitian Terdahulu.....	35
2.10	Kerangka Pikir Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....		39
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
3.2	Populasi dan Sampel.....	40
3.3	Jenis Data.....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5	Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Indikator.....	41
3.6	Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	45

4.1.1 Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.3 Responden Berdasarkan Merek Iklan Sepeda Motor.	47
4.2 Analisis Data.....	48
4.2.1.1 Analisis Deskriptif.....	48
4.2.1.2 Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Isi Pesan Iklan.....	49
4.2.1.3 Pernyataan Indikator Struktur Pesan Iklan.....	50
4.2.1.4 Pernyataan Indikator Tampilan Pesan Iklan...	52
4.2.1.5 Pernyataan Indikator Sumber Pesan Iklan.....	55
BAB V PENUTUP.....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59
Lampiran-Lampiran.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel :	Halaman
1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Honda, Suzuki dan Yamaha seluruh Indonesia Januari – Juli 2013.....	4
3.1 Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Indikator Penelitian.....	41
4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.2 Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	46
4.3 Responden Berdasarkan Merek iklan Sepeda Motor.....	47
4.4 Tanggapan Responden Terhadap isi pesan iklan.....	49
4.5 Persepsi Responden Berdasarkan struktur pesan Iklan.....	51
4.6 Tanggapan Responden Terhadap tampilan Pesan Iklan.....	53
4.7 Pernyataan Indikator Sumber Pesan Iklan.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar :	Halaman
1.1 Kerangka Berpikir.....	38