



**“HUBUNGAN PERSEPSI PEMILIH WANITA TERHADAP
IKLAN CALON PRESIDEN DI TELEVISI DENGAN
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH PADA PEMILU
PRESIDEN”**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1)

pada program studi psikologi

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Oleh :

AHMAD MUADZ

46113010109

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini:

Judul : Hubungan Persepsi Pemilih Wanita Terhadap Iklan Calon Presiden di Televisi dengan Pengambilan Keputusan Memilih Pada Pemilu Presiden

Nama : Ahmad Muadz

NIM : 46113010109

Program : Program Studi Psikologi

Tanggal : 26 Oktober 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 26 Oktober 2015



Ahmad Muadz

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Hubungan Persepsi Pemilih Wanita Terhadap Iklan Calon Presiden di
Televisi dengan Pengambilan Keputusan Memilih Pada Pemilu
Presiden
Nama : Ahmad Muadz
NIM : 46113010109
Program : Program Studi Psikologi
Tanggal : 26 Oktober 2015

Pembimbing



Muhammad Iqbal Ph.D

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi

Ketua Program Studi Psikologi



Dr.A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, M.Si



Muhammad Iqbal Ph.D

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Hubungan Persepsi Pemilih Wanita Terhadap Iklan Calon Presiden di Televisi dengan Pengambilan Keputusan Memilih Pada Pemilu Presiden”, telah di ajukan sidang skripsi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana pada tanggal 26 Oktober 2015. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada program studi psikologi.

Jakarta, 26 Oktober 2015

Sidang Skripsi

Penguji I



Dr.A.A. Anwar Prabu Mangkunegara, M.Si

Penguji II



Dr. Irfan Aulia Syaiful, M. Psi

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

Pembimbing



Muhammad Iqbal Ph.D

Kata Pengantar

Alhamdulillah robbil ‘alamin. Segala puji hanyalah bagi Allah SWT pemilik segala ilmu yang hanya dan atas kasih sayang-Nya serta dengan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Hubungan Persepsi Pemilih Wanita Terhadap Iklan Calon Presiden di Televisi Dengan Pengambilan Keputusan Memilih Pada Pemilu Presiden”**.

Maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tidaklah lepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini dari awal sampai akhir. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan terutama penulis sampaikan kepada :

1. H. A. A. Anwar Prabu Mangkunegara, M.Si, Dr., selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta
2. S.S. Sulistiyono, Drs., M.Si., Selaku wakil dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta
3. Muhammad Iqbal, PhD, selaku kepala program studi S-1 Fakultas psikologi Uiversitas Buana Jakarta sekaligus pembimbing serta motivator bagi penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak/ Ibu dosen, pengelola dan seluruh staff sekretariat Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta.

5. Kedua orang tua tercinta ayahanda Bpk. Kurtubi bin H. Abdul Qodir (Alm) dan ibunda tercinta Ramlah binti Said yang dengan doa dan support semangatnya bisa menghantarkan menuju kesuksesan bagi penulis. Semoga Allah selalu melimpahkan keberkahan dunia akhirat bagi kedua orang tua hamba, seta kakak-kakak (Dian Utami Fitriyah, Lukmanul Hakim, S.Ag, Ahmad Baedowi. S.Pd.i, Ahmad Sahal, S.Si,) serta adik (Mahmudah, S.Pd.i).
6. Teman-teman dan saudara-saudara yang selalu support dalam perjalanan hidup penulis (H. Luay, Kholis, Bpk. Abdul Basit,S.Ag, Moch.Nur, Arab) serta teman-teman kampus Universitas Mercu Buana (Aditya Warman, Debby Sagita, Fredy, Coko, Mone, ambon, Angga (Alm), syarifah nurul (alm),alhaj, syarif serta teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu tetapi tidak mengurangi rasa hormat serta beribu-ribu terima kasih penulis ucapkan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik penulisan kalimat maupun materinya. Hal ini itu karena tidak lain karena terbatasnya ilmu penulis pengetahuan serta wawasan serta pengalaman yang penulis miliki. Kesempurnaan hanya miliki Allah semata. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga semoga Allah senantiasa menjaga dan memberikan keberkahan hidup di duni dan akhirat bagi kita semua.amin.

Penulis

Ahmad Muadz

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN	1-8
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Pembatasan dan Rumusan Masalah	6
1.3.1. Pembatasan Masalah	6
1.3.2. Rumusan Masalah	7
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Tujuan Masalah	7
1.4.2. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10-27
2.1. Pengambilan keputusan.....	10
2.1.1. Definisi Pengambilan keputusan	10
2.1.2. Teknik-teknik Pengambilan keputusan.....	11
2.1.3. Langkah Pengambilan keputusan	13

2.1.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan..	17
2.2. Persepsi.....	17
2.2.1. Pengertian Persepsi.....	17
2.2.2. Aspek dalam persepsi.....	19
2.2.3. Ciri-ciri umum dunia persepsi.....	22
2.1.4. Faktor yang menentukan persepsi.....	23
2.3. Iklan	27
2.3.1. Definisi Iklan	27
2.3.2. Jenis-jenis Iklan	28
2.3.3. Efektifitas Iklan	33
2.3.4. Fungsi dan tujuan Iklan	36
2.4. Kerangka Berfikir	37
2.5. Hipotesis	38
BAB 3 METODE PENELITIAN	39-46
3.1. Pendekatan Penelitian	39
3.2. Variabel Penelitian	39
3.2.1 Definisi Operasional Variabel	40
3.3. Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel.....	41
3.3.2 Teknik pengambilan sampel.....	42

3.4. Alat ukur.....	43
3.5.1 Skala persepsi.....	43
3.5.2 Skala Pengambilan Keputusan.....	44
3.6. Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.6.1 Validitas.....	45
3.6.1 Reliabilitas.....	46
3.7. Analisis Data.....	46
BAB 4 Hasil Penelitian	47-54
4.1. Gambaran umum subyek.....	47
4.2. Hasil uji reliabilitas.....	48
4.3. Hasil Uji Normalitas.....	49
4.4. Analisi Deskriptif.....	51
4.4.1 Persepsi	51
4.4.2 Pengambilan Keputusan	52
4.5. Uji Hipotesis	53
BAB 5 KESIMPULAN, DISKUSI DAN SARAN.....	55-59
5.1. Kesimpulan	55
5.2. Diskusi	56
5.3. Saran.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan	18
Gambar 2.2 Faktor yang mempengaruhi persepsi	27
Gambar 2.3 Kerangka berfikir	40
Gambar 3.1 Blue print skala persepsi	47
Gambar 3.2 Blue print skala pengambilan keputusan	48
Gambar 4.1. Subyek berdasarkan usia	50
Gambar 4.2 Subyek berdasarkan tingkat pendidikan	51
Gambar 4.3 Hasil Uji reliabilitas persepsi	51
Gambar 4.4 Hasil Uji reliabilitas Pengambilan keputusan	52
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas	53
Gambar 4.6 Tingkat persepsi	54
Gambar 4.7 Tingkat pengambilan keputusan	55
Gambar 4.8 Korelasi	56

