



**PENGARUH IKLAN SIMPATI VERSI PAKET BLACKBERRY SIMPATI  
SOSIALITA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PKK  
FAKULTAS KOMUNIKASI ANGKATAN 2009 UNIVERSITAS MERCU  
BUANA MERUYA-JAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Srata 1  
(S1) Komunikasi Bidang Studi Marketing Communication and Advertising**

**Disusun Oleh :**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Restu Suci Utami  
44308120029

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2013**

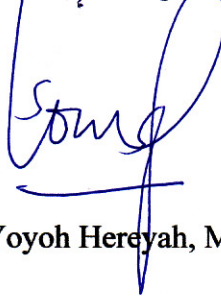
**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Restu Suci Utami  
NIM : 44308120029  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communications and Advertising  
Judul : **PENGARUH IKLAN SIMPATI VERSI PAKET  
BLACKBERRY SIMPATI SOSIALITA TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PKK  
FAKULTAS KOMUNIKASI ANGKATAN 2009  
UNIVERSITAS MERCU BUANA MERUYA-JAKARTA**

Jakarta, 9 Juni 2013

Menegetahui,

Pembimbing



(Dra. Yoyoh Herayah, M.si)

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**


Nama : Restu Suci Utami  
NIM : 44308120029  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communications and Advertising  
Judul Skripsi : **PENGARUH IKLAN SIMPATI VERSI PAKET  
BLACKBERRY SIMPATI SOSIALITA TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PKK  
FAKULTAS KOMUNIKASI ANGKATAN 2009  
UNIVERSITAS MERCU BUANA MERUYA-  
JAKARTA**

UNIVERSITAS Jakarta, 9 Juni 2013

MERCU BUANA

Disetujui dan Diterima oleh

Pembimbing



(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)

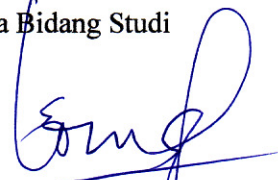
Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)

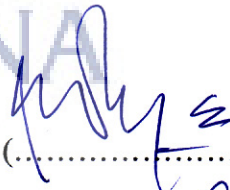
**LEMBAR PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI**

Nama : Restu Suci Utami  
NIM : 44308120029  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Marketing Communications and Advertising  
Judul : **PENGARUH IKLAN SIMPATI VERSI PAKET  
BLACKBERRY SIMPATI SOSIALITA TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PKK  
FAKULTAS KOMUNIKASI ANGKATAN 2009  
UNIVERSITAS MERCU BUANA MERUYA-JAKARTA**

Jakarta, 9 Juni 2013

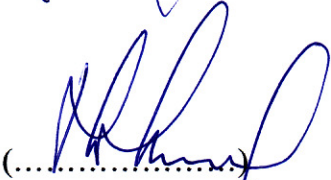
UNIVERSITAS  
Mengetahui

Ketua Sidang  
Dr. Ahmad Mulyana



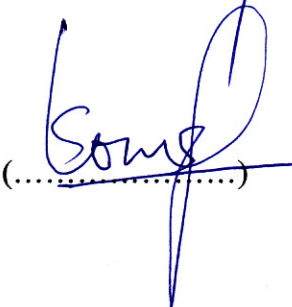
(.....)

Penguji Ahli  
Morrison, MA.



(.....)

Dosen Pembimbing  
Dra. Yoyoh Hereyah, Msi



(.....)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul ***“Pengaruh Iklan Simpati Versi Paket Blackberry Simpati Sosialita Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa PKK Fakultas Komunikasi Angkatan 2009 Universitas Mercu Buana Meruya – Jakarta”***. Adapun penelitian ini ditulis dan disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communication.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak – pihak yang telah membantu dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Ketua Jurusan Marketing Komunikasi dan Periklanan sekaligus sebagai pembimbing yang telah berkenan mencurahkan perhatian dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
2. Ibu Dra. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak dan Ibu staf pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang tidak ternilai harganya.
4. Ibu, ayah serta adik atas segala do'a, pengorbanan, dukungan, dan kesediaan yang tidak terbatas dan tak akan tergantikan oleh apapun.
5. Seluruh staff dan karyawan PT. Patra Dinamika, atas segala pengertian dan dukungannya untuk penulis merealisasikan penelitian ini.
6. Seluruh teman – teman di *Marcomm* 14, atas kebersamaan dan support nya selama ini. *Love you all*.

7. Untuk seseorang yang sudah memberikan perhatian dan dukungan kepada penulis dengan setuluh hati. *Thanks love.* ☺
8. Untuk semua pihak yang telah mendukung serta membantu penulis dalam hal apapun.
9. Bung Ale untuk segala bantuannya, *thanks.*
10. Yang terakhir, dan yang sangat penting, terima kasih ya Rabbi atas segala cinta dan kasih sayang serta seluruh kekuatan yang diberikan. All praises to Allah.

Penulis sadar bahawa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka dengan kerendahan hati, kritik dan saran yang membengun sangatlah penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.



Jakarta, Juni 2013

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Restu Suci Utami

## DAFTAR ISI

<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
	<b>1.1</b> Latar Belakang Masalah.....	1
	<b>1.2</b> Rumusan Masalah .....	10
	<b>1.3</b> Tujuan Penelitian .....	10
	<b>1.4</b> Manfaat Penelitian Penelitian .....	10
	1.4.1 Manfaat Akademis .....	10
	1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
	<b>2.1</b> Iklan sebagai suatu proses komunikasi.....	11
	<b>2.2</b> Televisi Sebagai Media Periklanan.....	13
	<b>2.2.1</b> Elemen-elemen Iklan Televisi.....	16
	<b>2.2.2</b> Keunggulan dan Kelemahan Televisi.....	18
	<b>2.3</b> Perilaku konsumen .....	20
	<b>2.4</b> Perilaku Konsumtif Khalayak .....	21
	<b>2.4.1</b> Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	22
	<b>2.4.2</b> Indikator Perilaku Konsumtif .....	23
	<b>2.5</b> Hierarki Efek .....	25
	<b>2.6</b> Hipotesis Teoritis.....	30
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	31
	<b>3.1</b> Pendekatan Penelitian .....	31
	<b>3.2</b> Hipotesis Penelitian .....	31
	<b>3.2.1</b> Pengertian .....	31

3.2.2 Pengujian Hipotesis.....	32
3.3 Metode Penelitian .....	33
3.4 Populasi Dan Sampel .....	33
3.4.1 Polusi .....	33
3.4.2 sample .....	34
3.5 Definisi dan Operasional Konsep .....	35
3.5.1 Definisi konsep .....	35
3.5.2 Operasionalisasi Konsep.....	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6.1 Data Primer.....	45
3.6.2 Data Sekunder .....	45
3.7 Analisis Data dan Teknik Pengolahan Data.....	46
3.7.1 Editing.....	46
3.7.2 Proses Pengkodean Data ( <i>Coding</i> ).....	46
3.7.3 Pretest.....	47
3.8 Uji Validitas .....	48
3.8.1 Uji Reliabilitas.....	49
3.8.2 Validitas Dan Realibilitas Variabel Independen ..	50
3.8.3 Validitas Dan Realibilitas Variabel Dependen.....	52
3.9 Uji Korelasi.....	53
3.10 Uji Regresi Sederhana.....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	56
4.2 Gambaran Umum Telkomsel.....	57
4.2.1 produk .....	57
4.2.2 Paket Blackberry Simpati Sosialita .....	58
4.2.3 Visi Telkomsel.....	59
4.2.4 Misi Telkomsel .....	60
4.3 Hasil Penelitian .....	60



4.3.1	Karakteristik Responden.....	61
4.3.2	Pengaruh Iklan Simpati Sosialita Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa PKK FIKOM Universitas Mercur Buana – Meruya.....	62
4.3.3	Prilaku Konsumtif Mahasiswa KKP Fikom UMB Angkatan 2009 .....	88
4.3.4	Uji Korelasi .....	94
4.3.5	Arah Hubungan ( Korelasi ) .....	96
4.3.6	Uji Regresi .....	96
4.4	Pembahasan.....	100
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	108
5.1	Kesimpulan .....	108
5.2	Saran .....	110

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Total Populasi dan Persentase <i>Sample</i> Fakultas Komunikasi Program Kelas Karyawan Angkatan 2009 .....	35
Tabel 3.2 Operasional Konsep . .....	42
Tabel 3.3 Tingkat Kekuatan Reliabilitas .....	50
Tabel 3.4 Validitas Variabel X .....	50
Tabel 3.5 Reliability Statistics .....	52
Tabel 3.6 Validitas Variabel Y . .....	52
Tabel 3.7 Reliability Statistics .....	53
Tabel 3.8 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	54
Tabel 4.1 Data Responden Menurut Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.2 Data Responden Menurut Usia .....	62
Tabel 4.3 Dalam Satu hari Anda melihat iklan televisi Simpati paket Blackberry Sosialita minimal 3 kali sehari .....	63
Tabel 4.4 Anda melihat tayangan iklan Simpati paket Blackberry Sosialita pada setiap minggu minimal 7 kali di televisi .....	64
Tabel 4.5 Dalam satu jangka waktu 1 bulan Anda secara terus menerus melihat tayangan iklan Simpati paket Blackberry Sosialita di televisi .....	65
Tabel 4.6 Pada tayangan iklan Simpati paket Blackberry Sosialita Anda hanya memperhatikan bagian awal pada iklan .....	66
Tabel 4.7 Anda memahami pesan iklan Simpati paket Blackberry Sosialita saat telah melihat separuh dari tayangan iklan di televisi . .....	67
Tabel 4.8 Anda memahami pesan iklan yang disampaikan oleh iklan Simpati paket Blackberry Sosialita saat telah menyaksikan seluruh penayangan iklan di televisi .....	68
Tabel 4.9 Paket Blackberry Simpati Sosialita merupakan peluncuran produk terbaru dari kartu Simpati yang memberikan harga murah untuk full service paket Blackberry dengan harga Rp. 70rb .....	69
Tabel 4.10 Anda mengetahui bahwa Ayu Dewi merupakan model iklan yang pas untuk mengiklankan Simpati paket Blackberry Sosialita .....	70

Tabel 4.11 Pengaruh artis Ayu Dewi sebagai model iklan Simpati paket Blackberry Sosialita banyak mendapat perhatian positif dari masyarakat.....	71
Tabel 4.12 Visualisasi Pesan multimedia (Gambar, Animasi dan Suara) yang diusung oleh provider Simpati dalam iklannya paket Blackberry Sosialita sangat menarik .....	72
Tabel 4.13 Anda banyak memperoleh informasi mengenai paket murah Simpati paket Blackberry Sosialita melalui iklan media TV.....	73
Tabel 4.14 Sebuah cafe menjadi lokasi yang tepat untuk iklan Simpati paket Blackberry Sosialita dalam menyampaikan isi pesan iklannya tersebut	74
Tabel 4.15 Tagline pada penayangan iklan karti Simpati paket Blackberry Sosialita “Kualiatas terbaik, enggak harus mahal” dapat menarik perhatian konsumen/masyarakat yang melihat tayangan iklan tersebut .....	75
Tabel 4.16 Anda memiliki keinginan untuk menggunakan Paket Blackberry Simpati Sosialita dari kartu Simpati yang memberikan harga murah untuk full service paket Blackberry dengan harga Rp. 70rb .....	77
Tabel 4.17 Anda berkeinginan untuk menggunakan Paket Blackberry Simpati Sosialita dari kartu Simpati karena menyukai sosok Ayu Dewi sebagai model iklannya .....	78
Tabel 4.18 Artis Ayu Dewi sebagai model iklan dapat mempengaruhi Anda untuk menggunakan kartu Simpati paket Blackberry Sosialita .....	79
Tabel 4.19 Penggunaan Ayu Dewi sebagi model iklan dapat lebih meyakinkan Anda untuk menggunakan kartu Simpati paket Blackberry Sosialita .....	80
Tabel 4.20 Visualisasi Pesan multimedia (Gambar, Animasi dan Suara) yang diusung oleh provider Simpati dalam iklannya paket Blackberry Sosialita sangat menarik khalayak untuk menggunakan kartu Simpati .....	81
Tabel 4.21 Tagline pada penayangan iklan karti Simpati paket Blackberry Sosialita “Kualiatas terbaik, enggak harus mahal” dapat meyakinkan Anda untuk menggunakan kartu Simpati paket Blackberry Sosialita .....	82
Tabel 4.22 Provider Simpati merupakan provider pertama yang memberikan kualitas terbik dalam hal kualitas produk maupun layanannya . .....	84

Tabel 4.23 Provider Simpati memiliki jangkauan terluas di seluruh Indonesia yang akan mempermudah penggunaanya dalam berkomunikasi antar daerah / luar kota .....	85
Tabel 4.24 Simpati merupakan provider yang pertama kali menciptakan layanan full service paket Blackberry dengan harga yang relative murah dengan kualitas jaringan terbaik .....	86
Tabel 4.25 Anda membeli dan menggunakan paket Blackberry Simpati Sosialita karena kartu Simpati memiliki banyak keuntungan yang dapat anda nikmati . .....	87
Tabel 4.26 Provider Simpati adalah pilihan utama Anda dalam berkomunikasi setiap hari .....	88
Tabel 4.27 Anda memilih Provider Simpati paket Blackberry Simpati Sosialita setelah melihat penayangan iklan di media TV .....	89
Tabel 4.28 Paket Blackberry Simpati Sosialita memberikan fasilitas full service dengan jangkauan terluas dan dapat memberikan kepuasan bagi Anda .....	90
Tabel 4.29 Anda akan mencoba menggunakan kartu Simpati dalam menggunakan layanan full service pada handphone Blackberry Anda .....	91
Tabel 4.30 Anda akan terus menggunakan provider Simpati dalam berkomunikasi sehari- hari atau dalam menggunakan paket Blackberry Sosialita di handphone Blackberry Anda .....	92
Tabel 4.31 Dengan fasiliatas terbaik dari simpati membuat Anda menjadi semakin loyal menggunakan paket Blackberry Simpati Sosialita secara terus menerus .....	93
Tabel 4.32 Correlations .....	95
Tabel 4.33 Variables Entered/Removed .....	96
Tabel 4.34 Model Summary .....	97
Tabel 4.35 ANOVA .....	98
Tabel 4.36 Coefficients. ....	99