



**ANALISA FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI SIKAP DAN NIAT
PELANGGAN TERHADAP IKLAN SMS**

**Studi Kasus Pada Pelanggan Telkomsel Dan Indosat pada Area
DKI Jakarta**

TESIS

OLEH:
AFIYATI

55408110013

**PROGRAM MAGISTER TEKNIK ELEKTRO
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2011**



**ANALISA FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI SIKAP DAN NIAT
PELANGGAN TERHADAP IKLAN SMS**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Program Magister Teknik Elektro**

UNIVERSITAS
OLEH:
AFIYATI
MERCU BUANA

55408110013

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA**

PENGESAHAN TESIS

Judul : Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Dan Niat Pelanggan Terhadap Iklan SMS
Nama : Afiyati
NIM : 55408110013
Program : Pascasarjana Program Magister Teknik Elektro
Konsentrasi : Manajemen Telekomunikasi
Tanggal :

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Teknik Elektro

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Dr. Ir. Waseso Segoro, M.M.

Minarnita Yanti Verawati B., M.M.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa seluruh tulisan dan pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : **Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Dan Niat Pelanggan Terhadap Iklan SMS**
Nama : Afiyati
NIM : 55408110013
Program : Pascasarjana Program Magister Teknik Elektro
Konsentrasi : Manajemen Telekomunikasi
Tanggal : 13 Maret 2011

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Teknik Elektro Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, Maret 2011

Afiyati

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa syukurillah, penulis mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nyalah sehingga Tesis ini dapat diselesaikan sebagai syarat menyelesaikan pendidikan Magister Teknik Elektro pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini berjudul **“ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP DAN NIAT PELANGGAN TERHADAP IKLAN SMS”**. Tesis ini bukanlah hal yang mudah bagi penulis, karena itu penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, untuk itu penulis memohon maaf sebesar-besarnya.

Penulis sangat menyadari bahwa tesis ini merupakan hasil kerja sama dari berbagai pihak, sehingga dengan segala kerendahan hati perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr.Ir. Waseso Segoro, MM. sebagai Pembimbing Pertama Tesis ini yang sekaligus adalah Dosen pada Program Studi Magister Teknik Elektro Universitas Mercu Buana yang dengan sabar meluangkan waktunya dalam memberikan masukan yang sangat baik kepada penulis.
2. Ibu Minarnita Yanti Verawati Bakar, MM., sebagai Dosen Pembimbing Kedua yang juga dengan sangat teliti, sangat banyak memberikan masukan dan sabar mengajarkan penulis dalam mengerjakan Tesis ini.
3. Bapak Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus sebagai Ketua Program Studi Magister Teknik Elektro Universitas Mercu Buana
4. Bapak Dr. Iwan Krisnadi MBA, sebagai Tim Penguji yang memberikan saran-saran yang baik kepada penulis.
5. Ayahanda H. Amaluddin dan Ibunda Hj. Magdalena serta kedua mertua Bapak H. Choedori Taroeg dan Ibu Hj. Moeniroh, terima kasih atas semua doa, support, kasih sayang dan pengorbanan yang dilimpahkan selama ini. Juga

untuk semua kakak-kakak dan adik-adik yang telah menyampaikan doa bagi kelancaran pembuatan tesis ini.

6. Suami tercinta, Ir. Gandhi Permata yang telah banyak memberikan dorongan semangat dan cinta yang terus-menerus diberikan, juga untuk ananda Nayla Andhini Permata yang telah ikut memberikan semangat kepada Bundanya untuk menyelesaikan tesis ini.
7. Mbak Fahni beserta seluruh Karyawan MM Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah banyak membantu.
8. Rekan-rekan se-angkatan MTEL-3 di Magister Manajemen Telekomunikasi Universitas Mercu Buana, terima kasih atas bantuan, dorongan semangat dan kebersamaan yang selama ini terus terjalin.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak sekali kekurangan, namun demikian penulis berharap kiranya masih dapat dimanfaatkan bagi operator maupun orang-orang yang membacanya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Maret 2011

Penulis

Afiyati

DAFTAR ISI

H a l a m a n

ABSTRACT	i
ABSTRAKSI... ..	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI... ..	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah... ..	1
1.2 Rumusan Masalah... ..	7
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
1.4 Sistem atika Penulisan... ..	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Tinjauan Teoritis... ..	11
2.1.1 Pengertian Pem asaran.....	11
2.1.2 Promosi Sebagai Salah Satu Baur Pem asaran	12
2.1.3 Periklanan	13
2.1.3.1 Pengertian Dan Fungsi Iklan... ..	13
2.1.3.2 Isi Pesan Iklan... ..	16
2.1.4 Perilaku Konsumen... ..	25
2.1.5 Pesan Iklan Dan Kaitannya Respon Konsumen... ..	27

2.1.6 Sikap terhadap Iklan Bergerak	31
2.2 Hubungan Antar Variabel... .. .	35
2.2.1 Pengaruh Faktor Hiburan terhadap Sikap pada Iklan SM S... .. .	35
2.2.2 Pengaruh Faktor Inform atif terhadap Sikap pada Iklan SM S... .. .	36
2.2.3 Pengaruh Faktor Gangguan terhadap Sikap pada Iklan SM S... .. .	37
2.2.4 Pengaruh Faktor Kredibilitas terhadap Sikap pada Iklan SM S... .. .	38
2.2.5 M obile M arketi ng... .. .	40
2.3 Penelitian Terdahulu	42
2.4 Kerangka Penelitian... .. .	44

BAB III.METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian	47
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian... .. .	47
3.3 Jenis dan Sumber Data... .. .	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data... .. .	49
3.5 Definisi Operasional Variabel... .. .	50
3.6 Prosedur Penarikan Sampel... .. .	54
3.7 Metode Analisis Data... .. .	56
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas... .. .	57
3.7.2 Analisa Statistik Deskriptif... .. .	58
3.7.3 Analisa Normalitas... .. .	58
3.7.4 Analisa Regresi	59
3.7.4.1 Uji Anova Univariat... .. .	59
3.7.4.2 Uji Regresi Linier... .. .	60
3.7.4.3 Uji Hipotesis Sim ultan (Uji F dan Uji t)... .. .	61

IV.ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisa Kriteria Responden dan Analisa Deskriptif... .. .	63
4.1.1 Statistik Kriteria Responden... .. .	64

4.1.2 Hasil Analisa Deskriptif... ..	68
4.1.2.1 Variabel Hiburan... ..	68
4.1.2.2 Variabel Informasi... ..	69
4.1.2.3 Variabel Gangguan... ..	69
4.1.2.4 Variabel Kepercayaan.....	69
4.1.2.5 Variabel Sikap... ..	70
4.1.2.6 Variabel Niat... ..	70
4.1.3 Hasil Analisa Normalitas... ..	71
4.2 Analisa Realibilitas Dan Validitas... ..	74
4.2.1 Uji Realibilitas... ..	74
4.2.1.1 Variabel Hiburan... ..	75
4.2.1.2 Variabel Informasi... ..	75
4.2.1.3 Variabel Gangguan... ..	76
4.2.1.4 Variabel Kepercayaan... ..	76
4.2.1.5 Variabel Sikap Terhadap Operator.....	76
4.2.1.6 Variabel Niat Terhadap Iklan SM S... ..	77
4.2.2 Uji Validitas... ..	77
4.2.2.1 Variabel Hiburan... ..	78
4.2.2.2 Variabel Informasi... ..	78
4.2.2.3 Variabel Gangguan... ..	78
4.2.2.4 Variabel Kepercayaan... ..	79
4.2.2.5 Variabel Sikap Terhadap Operator... ..	79
4.2.2.6 Variabel Niat Terhadap SM S Iklan... ..	80
4.3 Analisa Regresi	80
4.3.1 Operator Telkom sel... ..	80
4.3.2 Operator Indosat... ..	83
4.3.3 Gabungan Operator Telkom sel dan Indosat... ..	85

4.4 Analisa R dan R Square...	87
4.4.1 Analisa Nilai R dan R Square Telkom sel...	88
4.4.2 Analisa Nilai R dan R Square Indosat...	89
4.4.3 Analisa Nilai R dan R Square Gabungan...	89
4.4.3 Analisa Uji t...	90
4.5 Im plikasi Pada Aplikasi Bisnis...	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesim pulan...	93
5.2 Saran...	94

DAFTAR PUSTAKA ...	97
RIW AYAT HIDUP...	99
LAMPIRAN A TABEL-TABEL...	101
LAMPIRAN B KUESIONER...	117

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Rincian Unsur AIDA	21
Tabel 2.2 Kaitan antara AIDA dan Isi Pesan Iklan.....	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel (Kisi-kisi Instrumen).....	52
Tabel 3.2 Tabel Pilihan dan Nilai Jawaban untuk Tiap Item Pertanyaan... ..	54
Tabel 4.1.2 Analisa Deskriptif	68
Tabel 4.1.3.1 Tabel Standard Error Skewness dan Kurtosis.....	71
Tabel 4.1.3.2 Hasil Analisa Skewness dan Kurtosis.....	71
Tabel 4.4.1 Nilai R dari Model Summary.....	85
Tabel 4.4.2 Model Summary – Operator Telkomsel.....	85
Tabel 4.4.3 Model Summary – Operator Indosat.....	86
Tabel 4.4.4 Model Summary – Gabungan	86
Tabel 4.4.1 Nilai Uji t dari Model Coefficients.....	88
Tabel 4.2.1.a – Reliability Statistics – Variabel Hiburan	101
Tabel 4.2.1.b – Item Total Statistics – Hiburan.....	101
Tabel 4.2.1.c – Reliability Statistics – Variabel Informasi.....	101
Tabel 4.2.1.d – Item Total Statistics – Informasi.....	102
Tabel 4.2.1.e – Reliability Statistics – Variabel Gangguan.....	102
Tabel 4.2.1.f – Item Total Statistics – Gangguan.....	102
Tabel 4.2.1.g – Reliability Statistics – Variabel Kepercayaan.....	103
Tabel 4.2.1.h – Item Total Statistics – Kepercayaan.....	103
Tabel 4.2.1.i – Reliability Statistics – Variabel Sikap Terhadap Operator.....	103
Tabel 4.2.1.j – Item -Total Statistics – Sikap.....	104
Tabel 4.2.1.k – Reliability Statistics – Variabel iat Terhadap Iklan SM S.....	104
Tabel 4.2.1.1 – Item Total Statistics – Niat.....	104
Tabel 4.2.1.1 – Correlations – Variabel Hiburan.....	105
Tabel 4.2.1.2 – Correlations – Variabel Informasi.....	106
Tabel 4.2.1.3 – Correlations – Variabel Gangguan.....	107

Tabel 4.2.1.4 - Correlations - Variabel Kepercayaan.....	108
Tabel 4.2.1.5 - Correlations - Variabel Sikap Terhadap Operator.....	109
Tabel 4.2.1.6 - Correlations - Variabel Niat Terhadap Iklan SM S.....	110
Tabel 4.3.1 Variabel Dependent Sikap dan Variabel Independent.....	111
Tabel 4.3.2 ANOVAb - Telkom sel.....	111
Tabel 4.3.3 Coefficients - Telkom sel.....	112
Tabel 4.3.4 Model Summary - Operator Indosat.....	112
Tabel 4.3.5 ANOVAb - Operator Indosat.....	113
Tabel 4.3.6 Coefficientsa - Operator Indosat.....	114
Tabel 4.3.7 Model Summary - Gabungan Kedua Operator.....	114
Tabel 4.3.8 ANOVAb - Gabungan Kedua Operator.....	115
Tabel 4.3.9 Coefficientsa - Gabungan Kedua Operator.....	116



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Tabel-Tabel
- Lampiran B Kuesioner



UNIVERSITAS
MERCU BUANA