



SEJAUHMANA MINAT BELI TERHADAP PENGARUH DESAIN LOGO

THE BODY SHOP

(Survei Kepada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Angkatan 2011)

SKRIPSI

Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

INDHAH MULYUNITA

44411010036

BIDANG VISUAL & ART COMMUNICATION

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Judul : **SEJAUHMANA MINAT BELI TERHADAP
PENGARUH DESAIN LOGO THE BODY SHOP**

Nama : Indhah Mulyunita

NIM : 44411010036

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Visual & Art Communication

Jakarta, 12 Maret 2015

Mengetahui,
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Yuni Tresnawati
(Yuni Tresnawati, M,Ikom)



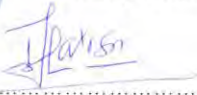
**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **SEJAUHMANA MINAT BELI TERHADAP DESAIN LOGO
THE BODY SHOP**
Nama : Indhah Mulyunita
Nim : 44411010036
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Visual and Art Communication

Jakarta, 23 Maret 2015

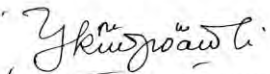
Ketua Sidang,
Dadan Iskandar, M.Si

()

Penguji Ahli,
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

()

Pembimbing
Yuni Tresnawati, M.Ikom

()



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **SEJAUHMANA MINAT BELI TERHADAP PENGARUH
DESAIN LOGO THE BODY SHOP**
Nama : Indhah Mulyunita
Nim : 44411010036
Fakultas : Ilmu Komunikasi
BidangStudi : Visual and Art Communication

Jakarta, 21 Maret 2015

Disetujui dan diterima oleh,
Pembimbing

UNIVERSITAS
Yuni Tresnawati
MERCU BUANA
(Yuni Tresnawati, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi
Visual and Art Communication

(Dr. Agustina Zubair., M.Si)

(Drs. Dadan Iskandar., M.Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat, berkat dan nikmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini sesuai dengan harapan dan kemampuan peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil judul **“SEJAUHMANA MINAT BELI TERHADAP PENGARUH DESAIN LOGO THE BODY SHOP”**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Visual and Art Communication, Universitas Mercu Buana, Jakarta. Oleh karena itu pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom, Selaku Pembimbing Skripsi yang selalu membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Agustina Zubair.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
3. Bapak Drs. A. Rachman.,M.Si beserta Bapak Dr. Ahmad Mulyana.,M.Si, selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
4. Bapak Drs. Dadan Iskandar.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Visual and Art Communication

5. Bapak/Ibu dosen pengajar Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu dan wawasan bagi penulis untuk melancarkan proses pendidikan selama penulis menjadi mahasiswa
6. Kedua orang tua saya yang telah memberikan support dalam bentuk doa, materi dan nasehat selama masa studi.
7. Idham Rosidi yang selalu memberikan semangat serta dukungannya untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini
8. Sahabat tercinta, Pusvita Achmaniar yang selalu memberikan masukan, semangat serta dukungannya untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini
9. Sahabat tercinta di Kampus, Endah Nurmaghfiroh, Lina Oktavia, Angie Anggraeni, Rina Hilmi, Rurin Estariani, Gita Novayanti, Ira Rachmah, dan Ayudia, terima kasih dukungannya, semangat serta doa yang telah di berikan

Penulis menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan dalam skripsi ini, oleh sebab itu segala saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna menyempurnakan penelitian ini agar menjadi lebih baik lagi. Besar harapan agar skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pengguna.

Tangerang, 12 Maret 2015

Indhah Mulyunita

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Akademis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Desain	8
2.2. Logo	12
2.2.1. Jenis – Jenis Logo	13
2.3. Typografi	16
2.4. Warna	22
2.4.1. Psikologi Warna	24

2.4.2. Makna Budaya Warna	25
2.5. Bentuk	28
2.6. Garis	30
2.7. Tekstur	32
2.8. Ruang	32
2.9. Komunikasi	33
2.9.1. Macam – macam Komunikasi	35
2.9.2. Fungsi Komunikasi	36
2.10. Komunikasi Visual	37
2.10.1. Fungsi Komunikasi Visual	40
2.11. Teori S-O-R	40
2.12. Minat Beli	42
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
3.1. Tipe Penelitian	46
3.2. Metode Penelitian.....	46
3.3. Populasi dan Sampel	47
3.3.1. Populasi.....	47
3.3.2. Sampel.....	49
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel	50
3.4. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	51
3.4.1. Definisi Konsep.....	51
3.4.2. Operasional Konsep	52
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.7. Teknik Analisis Data	67

3.7.1. Skala Likert	67
3.7.2. Uji Regresi	68
3.7.3. Analisis Korelasi	69
3.7.4. Hipotesis Penelitian	70
3.7.5. Uji F	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	72
4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan	74
4.1.1.1. Visi Perusahaan	74
4.1.1.2. Misi Perusahaan	74
4.1.2. Struktur Organisasi	75
4.2. Hasil Penelitian	78
4.2.1. Data Responden	78
4.2.1.1. Jenis Kelamin Responden	79
4.2.1.2. Usia	79
4.2.1.3. Jurusan	80
4.2.2. Desain Logo The Body Shop	81
4.2.3. Minat Beli	88
4.3. Analisis Data	96
4.3.1. Hasil Nilai Mean Variabel Bebas (Desain Logo)	96
4.3.2. Hasil Nilai Mean Variabel Terikat (Minat Beli)	97
4.3.3. Uji Korelasi	97
4.3.4. Uji Regresi	99
4.3.5. Uji F	101
4.4. Pembahasan	103

BAB V KESIMPULAN & SARAN

5.1. Kesimpulan	107
5.2. Saran	108
5.2.1. Saran Akademis	108
5.2.2. Saran Praktis	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Mahasiswa FIKOM UMB Angkatan 2011	48
Tabel 3.2 Operasional Konsep	53
Tabel 3.3 Tingkat Koefisien Korelasi	63
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel X (Desain Logo)	64
Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli).....	64
Tabel 3.6 Tingkat Reliabilitas Alpha Cronbach.....	66
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Desain Logo (X)	66
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Minat Beli (Y).....	66
Tabel 3.9 Pengukuran Kuesioner	67
Tabel 3.10 Koefisien Korelasi.....	69
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	79
Tabel 4.2 Usia Responden.....	79
Tabel 4.3 Jurusan yang diambil Responden.....	80
Tabel 4.4 Kuesioner No. 1	81
Tabel 4.5 Kuesioner No. 2	82
Tabel 4.6 Kuesioner No. 3	82
Tabel 4.7 Penilaian Dimensi Desain Logo	83
Tabel 4.8 Kuesioner No. 4	83
Table 4.9 Kuesioner No. 5	84
Tabel 4.10 Penilaian Dimensi Typografi	85
Tabel 4.11 Kuesioner No. 6	85
Tabel 4.12 Kuesioner No. 7	86
Tabel 4.13 Kuesioner No. 8	86

Table 4.14 Kuesioner No. 9	87
Tabel 4.15 Penilaian Dimensi Warna	88
Tabel 4.16 Kuesioner No. 10	89
Tabel 4.17 Kuesioner No. 11	89
Tabel 4.18 Kuesioner No. 12	90
Table 4.19 Penilaian Dimensi Perhatian	91
Tabel 4.20 Kuesioner No. 13	91
Tabel 4.21 Kuesioner No. 14	92
Tabel 4.22 Penilaian Dimensi Ketertarikan	92
Table 4. 23 Kuesioner No. 15	93
Tabel 4.24 Kuesioner No. 16	94
Tabel 4.25 Kuesioner No. 17	94
Tabel 4.26 Penilaian Dimensi Keinginan	95
Tabel 4.27 Hasil Nilai Mean Variabel Bebas (Desain Logo)	96
Tabel 4.28 Hasil Nilai Mean Variabel Terikat (Minat Beli)	97
Tabel 4.29 Hasil Uji korelasi	98
Tabel 4.30 Tingkat Koefisien Korelasi	98
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi	99
Tabel 4.32 Hasil Uji ANOVA atau F-Test	100
Tabel 4.33 Hasil Uji Koefisien	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi	75
--------------------------------------	----

