

**ANALISIS PENGARUH IKLAN TERHADAP *BRAND IMAGE*  
DETERJEN SURF PADA PEMIRSA TELEVISI  
DI SURABAYA**

KK  
B 126 / 03  
sek  
a

**SKRIPSI**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**



**DIAJUKAN OLEH**

MILIK  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA

**GALUH PARAMITA SEKARHATI**

**No. Pokok : 049711539E**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2002**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH IKLAN TERHADAP *BRAND IMAGE*  
DETERJEN SURF PADA PEMIRSA TELEVISI  
DI SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH:  
GALUH PARAMITA SEKARHATI  
No. Pokok : 049711539 E**

**STAMP  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**

**SRI HARTINI, S.E, M.Si**

**TANGGAL 6 Maret 2003**

**KETUA JURUSAN,**


**Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, SE**

**TANGGAL 19 Maret 2003**

Surabaya, ..... 6 JANUARI 2003

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

  
Sri Hartini, S.E., M.Si



## ABSTRAKSI

Iklan merupakan salah satu instrumen pemasaran modern yang aktifitasnya didasarkan pada konsep komunikasi. Karena merupakan bentuk komunikasi maka keberhasilannya dalam mendukung program pemasaran merupakan pencerminan dari keberhasilan komunikasi. Sedangkan iklan melalui media televisi menjadi alternatif pilihan yang menarik, di samping jangkauannya yang luas, juga sangat mendukung pembentukan citra merek suatu produk atau perusahaan.

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa pengaruh iklan terhadap citra merek (*brand image*) deterjen Surf pada media televisi melalui tanggapan penonton terhadap elemen-elemen iklan deterjen Surf, elemen-elemen tersebut antara lain : *pictures* (gambar), *words* (kata-kata yang terlihat dalam iklan), *music, voices* (kata-kata yang terdengar dalam iklan), *colours* (komposisi warna yang dipakai dalam iklan), dan *movements* (gerakan pada tayangan iklan).

Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental* dan *purposive sampling*. Kepada 200 responden yang pernah melihat iklan deterjen Surf episode "Rumah Baru" di televisi diberikan serangkaian pertanyaan sehubungan dengan tanggapan mereka terhadap iklan tersebut dan sejauh mana *brand image* deterjen Surf menurut mereka.

Jawaban yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis linier berganda sehingga diperoleh persamaan sebagai berikut.

$$Y = 0,705 + 0,105 (X_1) + 0,069 (X_2) + 0,015 (X_3) + 0,292 (X_4) + 0,169 (X_5) + 0,163 (X_6)$$

Hasil pengujian dengan menggunakan uji F, menunjukkan bahwa iklan yang meliputi *Pictures* ( $X_1$ ), *Words* ( $X_2$ ), *Musics* ( $X_3$ ), *Voices* ( $X_4$ ), *Colours* ( $X_5$ ), dan *Movements* ( $X_6$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *brand image* deterjen Surf karena  $F_{hitung} (51,36) > F_{tabel} (2,10)$ .

Besarnya kontribusi variabel-variabel iklan yang meliputi *Pictures* ( $X_1$ ), *Words* ( $X_2$ ), *Musics* ( $X_3$ ), *Voices* ( $X_4$ ), *Colours* ( $X_5$ ), dan *Movements* ( $X_6$ ), secara simultan (bersama-sama) terhadap *brand image* deterjen Surf sebesar 61,5 %, sedangkan sisanya sebesar 38,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model.

Sehingga disarankan dalam membuat iklan di masa yang akan datang, perusahaan dapat lebih memperhatikan variabel-variabel yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap *brand image* produk yang diiklankan agar lebih menarik perhatian pemirsa. Begitu juga dengan variabel yang mempunyai pengaruh lebih kecil, perusahaan diharapkan juga memberikan perhatian agar dapat lebih mendukung pesan dari iklan yang ditayangkan.