

**ANALISIS KESESUAIAN ATAS TAYANGAN IKLAN FRUIT
TEA DENGAN PRODUK TEH KEMASAN FRUIT TEA
BERDASARKAN ATAS TANGGAPAN PEMIRSA
TELEVISI DI SURABAYA**

kk

B 139 / 03

Har

a

SKRIPSI

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



DIAJUKAN OLEH

ERWIN HARDYANTO
NIM. 049510821 / E

**KEPADA
PROGRAM STUDI EKSTENSI**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2003

SKRIPSI

**ANALISIS KESESUAIAN ATAS TAYANGAN IKLAN FRUIT
TEA DENGAN PRODUK TEH KEMASAN FRUIT TEA
BERDASARKAN ATAS TANGGAPAN PEMIRSA
TELEVISI DI SURABAYA**

**DIAJUKAN OLEH
ERWIN HARDYANTO
No. Pokok : 049510821 / E**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

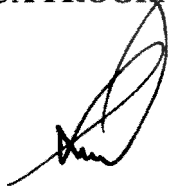
DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. Hj. DWI UTAMIS, M.S

TANGGAL :

KETUA PROGRAM STUDI,



Drs. Ec. H. AMIRUDIN UMAR

TANGGAL :



ABSTRAKSI

Salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang sering digunakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi dan mempengaruhi pasar sasaran adalah iklan, iklan sangat cocok digunakan untuk mengkampanyekan produk-produk yang dikonsumsi masyarakat secara massal, salah satu fungsi iklan yang paling penting adalah dapat menentukan sikap terhadap merek dari produk dan perusahaan.

PT. Sosro Indonesia sebagai salah satu produsen minuman kemasan yang terdapat di Indonesia kiranya perlu. Untuk mengetahui sejauh mana tanggapan konsumen atas program periklanan, dan apakah tanggapan konsumen atas program periklanan, dan apakah tanggapan tersebut dapat mempengaruhi kecil dari produknya.

Penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan analisa pengaruh tanggapan konsumen pada iklan terhadap merek fruit tea, sedangkan yang dimaksud dengan tanggapan pada iklan adalah tanggapan terhadap elemen-elemen iklan diantaranya suara (X_1), musik (X_2), kata-kata (X_3), gambar (X_4), warna (X_5), gerakan (X_6).

Kepada responden diberi pertanyaan sehubungan dengan tanggapan mereka terhadap iklan sampai dimana merek teh kemasan fruit tea di benak konsumen tersebut.

Jawaban yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan teknis regresi linier berganda yang kemudian terdapat hasil persamaan $Y = 1.133 + 0,007 X_1 + 0,005 X_2 + 0,120 X_3 + 0,117 X_4 + 0,007 X_5 + 0,192 X_6$.

Sehingga dapat diketahui kekuatan dan arah hubungan antara variabel tergantungan dan variabel persamaan juga besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantungan.

Dari hasil perhitungan didapatkan angka koefisien korelasi berganda R. 0,826 dari nilai koefisien ini dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh kuat antara tanggapan konsumen atas iklan terhadap merek teh kemasan fruit tea.