

**PENGARUH *INFORMATIVENESS*, *ENTERTAINMENT*, DAN
CREDIBILITY TERHADAP SIKAP MAHASISWA ATAS IKLAN
TELEPON SELULER MEREK NOKIA DI WEB
(Studi pada Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya)**

SKRIPSI

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

**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**



**DIAJUKAN OLEH :
KARINA WIHARSA
No. Pokok : 040137342**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004**

SKRIPSI

**PENGARUH *INFORMATIVENESS*, *ENTERTAINMENT*, DAN
CREDIBILITY TERHADAP SIKAP MAHASISWA ATAS IKLAN
TELEPON SELULER MEREK NOKIA DI WEB
(Studi pada Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya)**

DIAJUKAN OLEH

KARINA WIHARSA

No. Pokok: 040137342

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



DR. SRI WAHJUNI ASTUTI, SE, MS

TANGGAL 12 JANUARI 2015

KETUA PROGRAM STUDI



PROF. DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE, MS

TANGGAL 13 JANUARI 2015

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *informativeness*, *entertainment* dan *credibility* terhadap sikap mahasiswa Universitas Airlangga atas iklan telepon seluler merek Nokia di web. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari kemampuan informasi pada iklan di web (*informativeness*) (X_1), kemampuan menghibur pada iklan di web (*entertainment*) (X_2), dan kredibilitas iklan (*credibility*) (X_3).

Peneliti memilih iklan telepon seluler merek Nokia di web sebagai obyek penelitian karena produk tersebut merupakan produk dengan keterlibatan tinggi sehingga konsumen memerlukan banyak informasi dan pendekatan yang rasional. Salah satu produk yang telah memanfaatkan web sebagai media iklan adalah telepon seluler (ponsel) merek Nokia. Nokia adalah salah satu merek telepon seluler terpopuler yang secara terus menerus menelorkan inovasinya ke pasar.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna internet yang berstatus mahasiswa Universitas Airlangga dan pernah mengunjungi situs web ponsel Nokia minimal 1 (satu) kali. Jumlah populasi tidak dapat diketahui sehingga digunakan penarikan sampel penelitian dilakukan dengan metode *non probability* dan teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling Aksidental yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Karena keterbatasan waktu peneliti, maka jumlah responden yang didapat sebesar 110 responden. Dengan memakai korelasi *Pearson* dan teknik *Cronbach's Alpha*, data penelitian ini telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dan perhitungannya dilakukan dengan bantuan program SPSS 11.05 for windows.

Model persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dari hasil penelitian adalah $Y = 0,06315 + 0,450X_1 + 0,299X_2 + 0,308X_3$. Berdasarkan hasil analisis ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas yang digunakan memiliki pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap variabel terikat. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dan uji F yang dilakukan.

Nilai koefisien korelasi atau R adalah 0,883 atau 88,3% dan bertanda positif menunjukkan bahwa korelasi yang terjadi antara variabel X dan Y adalah sangat kuat dengan hubungan yang searah. Nilai koefisien determinasi atau *R square* (R^2) adalah 0,78. Nilai ini menunjukkan bahwa dari persamaan tersebut sejumlah 78 % dari perubahan nilai Y mampu dijelaskan oleh variabel bebasnya. Sisanya 22 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model ini.