

CONSUMER BEHAVIOR

tk
B.154/04
wib
a

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
IKLAN PASTA GIGI CLOSE UP DI TELEVISI PADA NIAT BELI
KONSUMEN DI SURABAYA**

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



MILITARI
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

DIAJUKAN OLEH :

**KURNIAWAN WIBISONO
No. Pokok : 049912627**

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
IKLAN PASTA GIGI CLOSE UP DI TELEVISI PADA NIAT BELI
KONSUMEN DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

KURNIAWAN WIBISONO

No. Pokok : 049912627/E

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH
DOSEN PEMBIMBING,**


Dra. Ec. SRI HARTINI, SE Msi

TANGGAL 2-4-2009

KETUA PROGRAM STUDI,


DR. AMIRUDDIN UMAR,SE

TANGGAL 8-4-2009

ABSTRAKSI

Persepsi konsumen merupakan salah satu konsep paling penting dalam studi perilaku konsumen, karena persepsi merupakan cerminan dari penilaian kita terhadap lingkungan di sekitar kita. Dengan demikian penting bagi setiap perusahaan untuk mengetahui dan memahami bagaimana persepsi konsumen atas produk mereka, karena hal ini akan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap iklan pasta gigi Close Up di televisi pada minat beli konsumen di Surabaya.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kata yang terdengar, musik, kata yang terlihat, gambar, warna, dan gerakan. Sedangkan variabel terikatnya adalah minat beli konsumen. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda yang pengerjaannya dilakukan dengan bantuan komputer dengan program SPSS dengan hasil regresi sebagai berikut :

$$Y = -0,696 + 0,438X_1 + 0,443X_2 + 0,504X_3 + 0,219X_4 + 0,297X_5 + 0,262X_6$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa koefisien regresi memiliki hubungan yang searah. Artinya apabila variabel bebas naik (turun), maka variabel terikatnya juga naik (turun).

Dari hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa variabel independen yang digunakan mempunyai pengaruh yang signifikan baik secara simultan maupun secara parsial terhadap variabel dependen. Hal ini bisa dilihat dari hasil perhitungan uji F, dimana F_{hitung} sebesar 12,877 lebih besar dari nilai kritis F tabel pada taraf signifikansi 0,05 (5%) sebesar 2,480. Sedangkan hasil perhitungan uji t menunjukkan keseluruhan t_{hitung} masing-masing variabel bebas antara lain $t_{kata\ terdengar}=4,436$; $t_{musik}=5,709$; $t_{kata\ terlihat}=5,776$; $t_{gambar}=2,423$; $t_{warna}=3,807$; dan $t_{gerakan}=3,057$ lebih besar daripada t_{tabel} sebesar 1,980.