

SKRIPSI

Cahyadi Suryawan Tanjung

ANALISIS PENGARUH TAYANGAN IKLAN TERHADAP CITRA MEREK ROKOK LONGBEACH DI KALANGAN PEMIRSA TELEVISI DI SURABAYA



No. INDUK	1932 / 01
TGL TERIMA	14-03-01
B.F.1 FAD H	
No. BUKU	11 hr 720 22-1
KCP: KE	1 (2000)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2000

ANALISIS PENGARUH TAYANGAN IKLAN TERHADAP
CITRA MEREK ROKOK LONGBEACH DI KALANGAN
PEMIRSA TELEVISI DI SURABAYA



SKRIPSI
diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen

OLEH:
CAHYADI SURYAWAN TANJUNG
3103096176

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
JULI 2000

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Analisis Pengaruh Tayangan Iklan Terhadap Citra Merek Rokok Longbeach Di Kalangan Pemirsa Televisi Di Surabaya yang ditulis oleh Cahyadi Suryawan Tanjung telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



Pembimbing I. Dra. Eo Christina Whidya Utami, M. M.



Pembimbing II. Tuty Lindawati, SE, M. M.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Cahyadi Suryawan Tanjung NRP: 3103096176

Telah disetujui pada tanggal 8 Agustus 2023 Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:

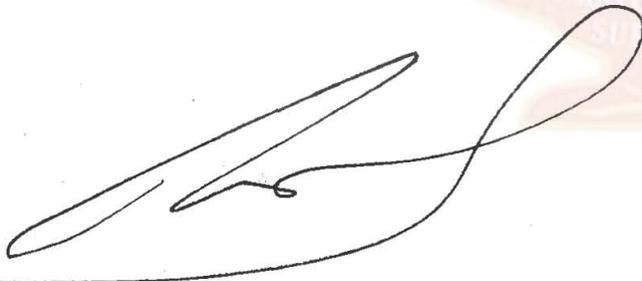


Dr. Haryono

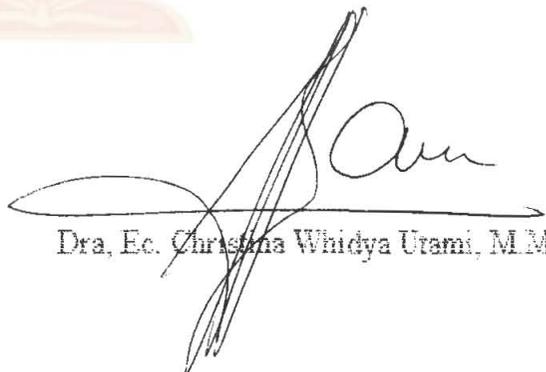
Mengetahui,

Dekan,

Ketua Jurusan Manajemen.



Drs. Ec. Rido Tanago, MBA



Dra. Ec. Christina Whidya Utami, M.M

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, petolongan, dan anugerahNya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselsaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis sampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Drs. Ec. Rido Tanago, MBA., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala.
2. Bapak Drs. Ec. M. Sairozi, M.M., sebagai Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala.
3. Ibu Dra. Ec. Christina Whidya Utami, M.M., selaku dosen pembimbing I dan Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Widya Mandala yang telah meluangkan waktu secara khusus untuk memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang sangat berharga bagi penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.

4. Ibu Tuty Lindawati, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing II yang secara khusus telah memberikan dukungan moril serta meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan penulisan skripsi ini.
5. Pihak perpustakaan Universitas Widya Mandala Surabaya yang telah membantu penulis dalam penyediaan literatur, juga seluruh bagian dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Surabaya.
6. Papa, Mama, dan kakak-kakak tercinta yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman penulis yang telah memberikan bantuan dan saran-saran.
8. Dan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh sebab itu sumbangan kritik dan saran yang berguna bagi penyempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan.

Surabaya, Juni 2000

Penulis

ABSTRAKSI

Saat ini di Indonesia banyak terdapat merek rokok putih. Salah satu merek rokok putih yang dapat ditemui di Indonesia yaitu Longbeach yang diproduksi oleh PT. Philips Morris Indonesia. Agar produk rokok Longbeach dapat dikenal oleh konsumen, maka PT. Philips Morris Indonesia mengadakan komunikasi dengan konsumen tentang adanya produk tersebut di pasaran dan tentang keunggulan produk tersebut. Salah satu alat komunikasi pemasaran yang digunakan adalah melaksanakan periklanan di televisi.

Keberhasilan iklan ini ditentukan oleh kejelian pengusaha dalam menyampaikan pesan dengan merancang elemen-elemen iklan yang sesuai dan mengena pada target pasarnya. Dengan melihat tayangan iklan televisi, masyarakat diharapkan mempunyai citra merek dan sikap positif terhadap merek rokok Longbeach yang diiklankan tersebut.

Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah ada pengaruh tayangan iklan terhadap citra merek rokok Longbeach di kalangan pemirsa televisi di Surabaya. Kemudian dilakukan penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Tayangan Iklan Terhadap Citra Merek Rokok Longbeach Di Kalangan Pemirsa Televisi Di Surabaya."

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden yang pernah melihat tayangan iklan rokok Longbeach, dimana responden harus memberikan penilaian terhadap serangkaian pernyataan.

Kuesioner-kuesioner yang terkumpul tersebut kemudian diolah dengan menggunakan program SPSS versi 10.0 for windows. Hasil yang diperoleh yaitu bahwa responden memberikan tanggapan yang positif, baik terhadap tayangan iklan rokok Longbeach maupun citra merek rokok Longbeach. Selain itu, juga diketahui bahwa 60,3% dari perubahan citra merek disebabkan oleh perubahan iklan rokok Longbeach. Ini berarti iklan mempengaruhi citra merek rokok Longbeach sebesar 60,3%, sedang sisanya sebesar 39,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yaitu *corporate image* dan *product positioning*.

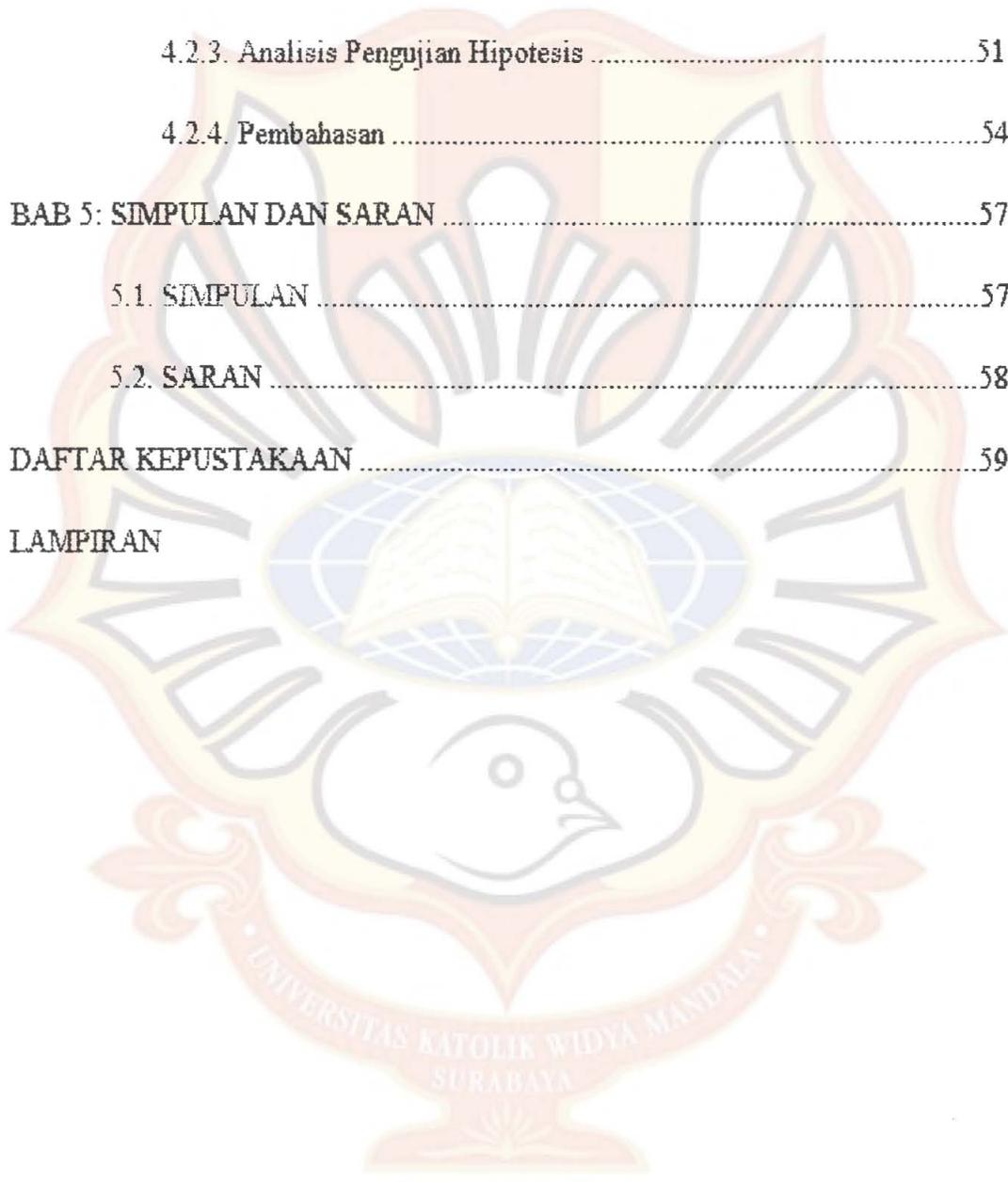
Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut dapat disimpulkan bahwa memang terbukti terdapat pengaruh tayangan iklan terhadap citra merek rokok Longbeach berdasarkan tanggapan pemirsa televisi di Surabaya.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAKSI	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	4
BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN	6
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori	7
2.2.1. Pengertian Periklanan	7
2.2.2. Pentingnya Periklanan	8
2.2.3. Tujuan Periklanan	9

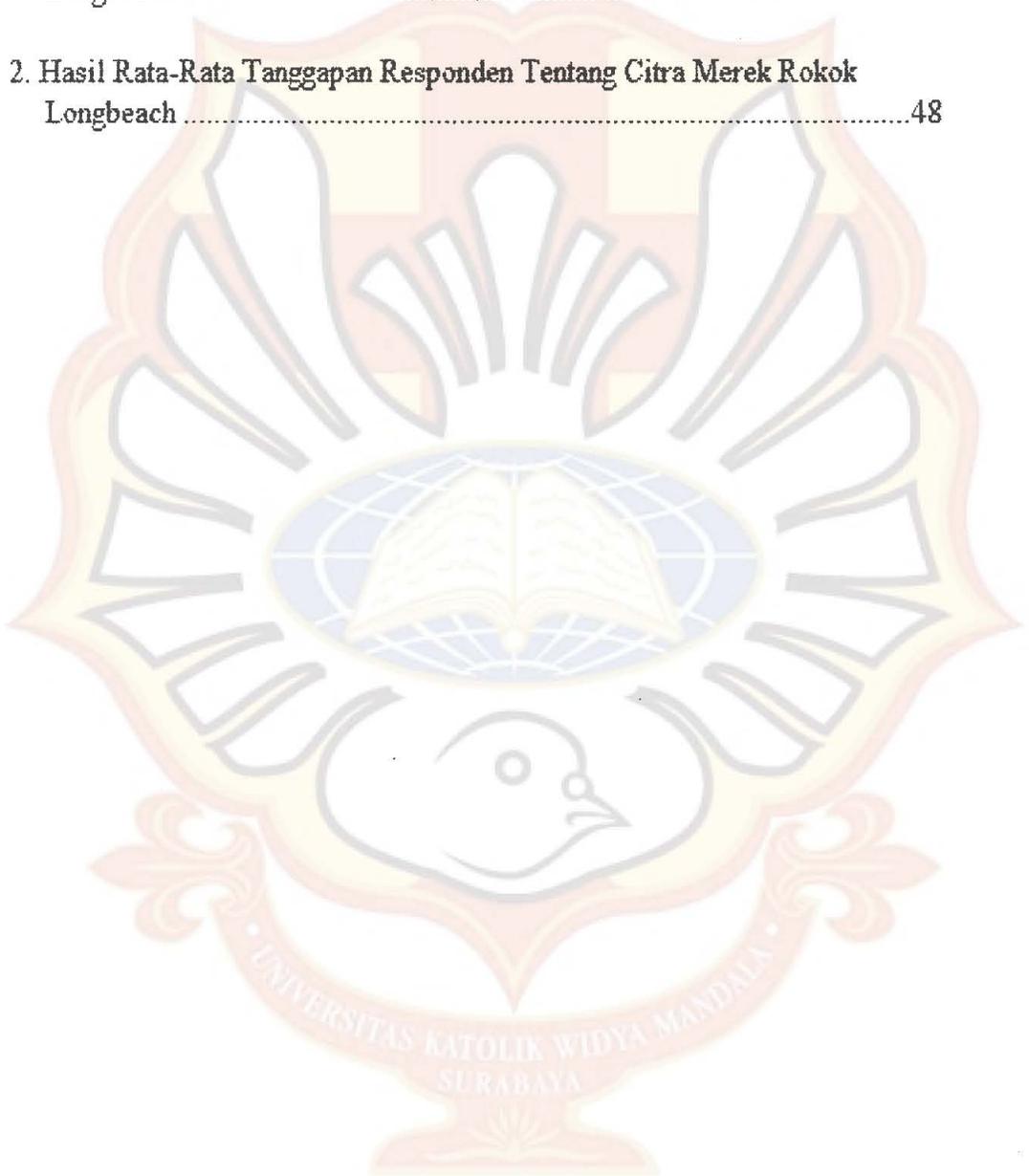
2.2.4. Elemen-Elemen Iklan	12
2.2.5. Citra Merek	14
2.3. Hipotesis	20
2.4. Metode Analisis	20
BAB 3: METODE PENELITIAN	21
3.1. Identifikasi Variabel	21
3.2. Definisi Operasional	21
3.3. Jenis Dan Sumber Data	24
3.3.1. Jenis Data	24
3.3.2. Sumber Data	24
3.4. Prosedur Penentuan Sampel	25
3.4.1. Gambaran Populasi Dan Sampel	26
3.4.2. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.5. Prosedur Pengumpulan Data	27
3.6. Teknik Analisis Data	28
BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	33
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	33
4.1.2. Lokasi Perusahaan	34
4.1.3. Tujuan Perusahaan	34

4.1.4. Struktur Organisasi	35
4.2. Analisis Hasil Penelitian	42
4.2.1. Analisis Pengolahan Data	49
4.2.3. Analisis Pengujian Hipotesis	51
4.2.4. Pembahasan	54
BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1. SIMPULAN	57
5.2. SARAN	58
DAFTAR KEPUSTAKAAN	59
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Tentang Iklan Rokok Longbeach	47
2. Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Tentang Citra Merek Rokok Longbeach	48



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Struktur Organisasi PT. Philips Morris Indonesia	37



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

1. Kuesioner.
2. Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Tentang Iklan Rokok Longbeach.
3. Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Tentang Citra Merek Rokok Longbeach.
4. Hasil Print Out SPSS 10.0 Untuk Rokok Longbeach.
5. Daftar Tabel t.

