

**PENGARUH TAYANGAN IKLAN PEMUTIHH GARNIER DI TELEVISI
TERHADAP MINAT BELI DI KALANGAN MAHASISWI ILMU
KOMUNIKASI FISIP UNTAG SURABAYA**

Studi Eksplansi Tentang Pengaruh Tayangan Iklan Pemutihh Garnier Di Televisi
Terhadap minat beli Di kalangan Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisip Untag
Surabaya angkatan 2016

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Srata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH

MEGAWATI

1151400969

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2018

**PENGARUH TAYANGAN IKLAN PEMUTIH GARNIER DI TELEVISI
TERHADAP MINAT BELI DI KALANGAN MAHASISWI ILMU
KOMUNIKASI FISIP UNTAG SURABAYA**

Studi Eksplansi Tentang Pengaruh Tayangan Iklan Pemutih Garnier Di Televisi
Terhadap minat beli Di kalangan Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisip Untag
Surabaya angkatan 2016

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Srata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



**OLEH
MEGAWATI
1151400969**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2018

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Megawati

N.B.I : 1151400969

Judul : Pengaruh Tayangan Iklan Pemutih Garnier di Televisi dengan minat beli dikalangan mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisip Untag Surabaya (*Studi Eksplansi Tentang Pengaruh Tayangan Iklan Pemutih Garnier Di Televisi Dengan minat beli Di kalangan Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisip Angkatan 2016 Untag Surabaya*)

Surabaya 22 januari 2018

Mengetahui ;

Dekan, Fakultas Ilmu Sosial Dan

Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945

Disetujui

Dosen pembimbing

Dr. Endro Thajono, MM

Drs. Judi Hari Wibowo, M, Si

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dewan Penguji :

1. Drs. Judhi Hari Wibowo, M.Si
Ketua

2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM
Anggota

3. Dr. Achludin Ibnu Rochim, SH., M.Si
Anggota

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

Dr. Endro Tjahjono, MM

NPP. 20120880138

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawa ini :

Nama : Megawati

Tempat/tanggal lahir : Pokappaang 09 November 1993

N.B.I : 1151400969

Alamat asal : Sulawesi Selatan

Telepon/HP : 082132364443

Judul Skripsi : Pengaruh Tayangan Iklan prodak pemutih Garnier di televisi dengan minat beli di kalangan mahasiswi ilmu komunikasi FISIP Untag Surabaya Angkatan 2016

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasilplagiat dari karya ilmiah orang lain.
2. Bahwa jika saya mengambil dan mengutip karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti seluruhnya plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya 22 Januari 2018

Yang membuat pernyataan



PERMYATAAM PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPEMTINGAN AKADEMIS

Yang Bertanda tangan di bawa ini,saya mahasiswa :

Nama : Megawati

Nomor Mahasiswa : 1151400969

Demi pengembangan ilmu pengetahuan,saya memberikan kepada badan perpustakaan UNTAG Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Tayangan Iklan Pemutih Garnier Di Televisi Terhadap MINAT Beli Di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip UNTAG Surabaya”.

Dengan demikian saya memberikan kepada badan perpustakaan UNTAG Surabaya hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain,mengolahnya dalam bentuk pangkalan data,mendistribusikan secara terbatas dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Di buat di Surabaya

Pada tanggal 7 maret 2018

Yang menandatangani

METERAI
TEMPEL

52631AEF974926844

6000
ENAM RIBU RUPIAH

Megawati

**PENGARUH TAYANGAN IKLAN PEMUTIH GARNIER DI
TELEVISI TERHADAP MINAT BELI DI KALANGAN
MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI FISIP UNTAG
SURABAYA**

Studi Eksplansi Tentang Pengaruh Tayangan Iklan Pemutih Garnier Di Televisi
Terhadap minat beli Di kalangan Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisip Untag
Surabaya angkatn 2016

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat Mencapai
Gelar Sarjana Srata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH

MEGAWATI

1151400969

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2016**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Megawati

N.B.I : 1151400969

Judul : Pengaruh Tayangan Iklan Pemutih Garnier di Televisi dengan minat beli dikalangan mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisip Untag Surabaya (*Studi Ekspansi Tentang Pengaruh Tayangan Iklan Pemutih Garnier Di Televisi Dengan minat beli Di kalangan Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisip Angkatan 2016 Untag Surabaya*)

Surabaya 22 januari 2018

Mengetahui ;
Dekan, Fakultas Ilmu Sosial Dan
Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945

Disetujui

Dosen pembimbing

Dr.Endro Thajono.MM

Drs.Judi Hari Wibowo,M,Si

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Dan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar serjana pada tanggal:

Dewan Penguji :

- 1.
- 2.
- 3.

Megesahkan :

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS 17
AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

Dr.Endro Tjahnono,MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawa ini :

Nama : Megawati

Tempat/tanggal lahir : Pokappaang 09 November 1993

N.B.I : 1151400969

Alamat asal : Sulawesi Selatan

Telepon/HP : 082132364443

Judul Skripsi : Pengaruh Tayangan Iklan prodak pemutih Garnier di televisi dengan minat beli di kalangan mahasiswi ilmu komunikasi FISIP Untag Surabaya Angkatan 2016

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasilplagiat dari karya ilmiah orang lain.
2. Bahwa jika saya mengambil dan mengutip karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti seluruhnya plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya 22 Januari 2018

Yang membuat pernyataan

Megawati

**PERMYATAAM PERSETUJUAN PUNLIKASI KARYA ILMIAH UMTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang Bertada tangan di bawa ini,saya mahasiswa :

Nama : Megawati

Nomor Mahasiswa : 1151400969

Demi pengembangan ilmu pengetahuan,saya memberikan kepada badan perpustakaan UNTAG Surabaya karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Tayangan Iklan Pemutih Garnier Di Televisi Terhadap MINAT Beli Di kalangan Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisip UNTAG Surabaya”.

Dengan demikian saya memberikan kepada badan perpustakaan UNTAG Surabaya hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain,mengolahnya dalam bentuk pangkalan data,mendistribusikan secara terbatas dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Di buat di Surabaya

Pada tanggal 7 maret 2018

Yang menyatakan

Megawati

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH TAYANGAN IKLAN PRODUK PEMUTIH GARNIER DENGAN KEPUTUSAN MEMBELI DI KALANGAN MAHASISWI ILMU KOMUNIKASI FISIP UINTAG SURABAYA

Salah satu cara untuk mempromosikan barang atau jasa adalah dengan memasang iklan. Informasi mengenai barang atau jasa dapat dengan mudah diketahui secara langsung melalui iklan yang ditayangkan di televisi. Penelitian ini diarahkan kepada mahasiswa ilmu komunikasi Fisip Untag Surabaya angkatan 2016. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Untag Surabaya angkatan 2016. Sedangkan sampelnya berjumlah 60 orang responden.

Untuk mempermudah penelitian, metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif yaitu metode analisa yang berupa angka-angka. Data-data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner angket kemudian diolah dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 16.0. selanjutnya data di analisa menggunakan rumus regresi linear sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel X yaitu iklan pemutih garnier mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan membeli oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Untag Surabaya, hal tersebut diketahui dari hasil koefisien regresi yaitu terdapat f -hitung $23.226 > f$ -tabel 0.000 maka H_0 ditolak H_a diterima. Artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan antara iklan pemutih Garnier di Televisi terhadap keputusan membeli oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Untag Surabaya angkatan 2016.

Kata Kunci : Tayangan iklan dan minat beli

ABSTRAK

An analysis the influence of Garnier Whitenera Product advertisement impression related to purchase decision among student of communication science Fisip Untag Surabaya

On of method to promote products or services is display an advertisement. The information related to both products and services can be known easily direct from advertisement displayed on tv.this research directedto the students of communication saence Fisip Untag Surabaya 2016 Generation.the population of this research are all this student of comunication seance Fisip Untag Surabaya2016 generation and the samples is amaunth 60 student of respondecence.

To Facilbate the reseason,the reacher appurev quantitative method.it is a method of analsing numbers.the data collectred by distributed the questionarithe carried out by application program spss verse 16.0. Furthemeore the data analysed by simple linear regresi formula. The result of this research showing that X variable whitener Garnier advertisiment has significant influence to purahase decision of student of communication science Fisip Untag Surabaya. The result known tought regresi koefisien result That $F\text{-cant} (23.226) > F - \text{tabel } 0,000$. So H_0 was rejected and H_a accepted. This Means that there isa significant affect of whitener Garnier product advertisiment on TV to the purchase decision amang student communication science Fisip Untag Surabaya 2016.

Keywords : Ad impressions and buying interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan yang Maha Kuasa atas segala rahmat dan Naungan-Nya yang tidak terhingga kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Tayanagn Iklan Produk pemutih Garnier Di Televisi Dengan Keputusan Membeli Di kalangan Mahasiswi Ilmu Komunikasi Fisip Untag Surabaya ”. Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Didalam penulisan skripsi ini penulis dapat merasakan betapa banyaknya mendapat bantuan, baik itu dalam bentuk moril, materil maupun pemikiran. Dan yang sangat terasa bagi penulis yaitu motivasi dari berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyusun penulisan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Teristimewa kedua orang tua penulis, yaitu ayahanda Matius Pomburana dan ibunda Hasmin Lahasa yang selalu mencurahkan kasih sayang, doa, dorongan dan motivasi. Jasa ayahanda dan ibunda tidak bisa penulis lupakan dan tidak bisa terbalas oleh apapun.
2. Bapak Prof. DR. Mulyanto Nugroho,MM.,CMA.,CPAI Selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Dr. Endro Thajajono,MM selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik
4. Kepada Ibu A.A Prihandari Satvikadewi Selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya
5. Bapak Drs.Judi Hari Wibowo.M.Si dan Bapak M.Insan Romadan,S.I.Kom.,Med.Kom.selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, kesempatan dan memberikan pengarahan-pengarahan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini
6. Seluruh dosen dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama perkuliahan.
7. Kepala Seluru Mahasiswi yang telah memberikan data-data dan mengizinkan penulis untuk meneliti guna kesempurnaan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman Kordinasi Dalam Gereja serta semua pembina Asrama yang selama ini mendukung dan mendoakan penulis,sehingga penulis bisa ada kekuatan dan Hikamat dalam mengerjakan skripsi ini.

9. Terimakasih Buat semua kaka-kaka penulis yang selalu memberi motivasi dan dorongan serta doa yang tak putus-putusnya Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih untuk teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2014 yang tidak bisa disebut namanya satu persatu yang telah memberi semangat dan motivasi kepada penulis.
11. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Terakhir sebagai hamba yang memiliki keterbatasan, penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan atau kesalahan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran pembaca yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Puji Tuhan.....

Surabaya 18 januari 2017

Penulis

Megawati

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Judul	
Halaman persetujuan Skripsi	i
Halaman Pengesahan Skripsi	ii
Halaman pernyataan Keaslian	iii
Abstrak	iv
Kata pengantar	vii
Daftar isi	ix
Daftar Tabel	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Alasan Pemilihan Judul	7
1.3 Alasan Memilih Responden	7
1.4 Urgensi Penelitian	8
1.5 Rumusan Masalah	9
1.6 Tujuan Penelitian	9
1.7 Manfaat Penelitian	9
1.8 Sistemtematika Penelitia	1

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Teori Komunikasi	12
2.2.2 Komunikasi Massa	15
2.2.3 Teori Informasi atau Matematis	21
2.2.4 Teori Ketergantungan	23
2.2.5 Teori Behaviorisme	24
2.2.6 Teori Individual Defference	24
2.2.7 Komunikasi Bisnis	25
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan penelitian	28
3.2 Jenis Penelitian	28
3.3 Metode Penelitian	29
3.4 Lokasi Penelitian	29
3.5 Subjek dan Objek Penelitian	29
3.6 Populasi dan Sampel	30
3.6.1 Populasi	30
3.6.2 Sampel	30
3.6.3 Teknik Penarikan Sampel	31

3.7 Konsep Oprasional	32
3.8 Pengukuran Dan Instrumen Penelitian	33
3.9 Teknik Pengumpulan Data	34
3.10 Teknik Analisis Data	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data	37
4.2 Analisis Data	63
4.3 Pembahasan	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 kesimpulan	77
5.2 Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Identitas Responden	37
Tabel IV.2 Hasil Jawaban responden no 1	39
Tabel IV.3 Hasil Jawaban responden no 2	40
Tabel IV.4 Hasil Jawaban responden no 3	41
Tabel IV.5 Hasil Jawaban responden no 4	42
Tabel IV .6 Hasil Jawaban responden no 5	43
Tabel IV.7 Hasil Jawaban responden no 6	44
Tabel IV .8 Hasil Jawaban responden no 7	45
Tabel IV .9 Hasil Jawaban responden no 8	46
Tabel IV.10 Hasil Jawaban responden no 9	47
Tabel IV .11 Hasil Jawaban responden no 10	48
Tabel IV.12 Hasil Jawaban responden no 11	49
Tabel IV.13 Hasil Jawaban responden no 12	50
Tabel IV.14 Hasil Jawaban responden no 13	51
Tabel IV.15 Hasil Jawaban responden no 14	52
Tabel IV.16 Hasil Jawaban responden no 15	53
Tabel IV.17 Hasil Jawaban responden no 16	54
Tabel IV.18 Hasil Jawaban responden no 17	55
Tabel IV.19 Hasil Jawaban responden no 18	56
Tabel IV.20 Hasil Jawaban responden no 19	57
Tabel IV.21 Hasil Jawaban responden no 20	58
Tabel IV.22 Hasil Jawaban responden no 21	59
Tabel IV.23 Hasil Jawaban responden no 22	60

Tabel IV.24 Hasil Jawaban responden no 23.....	61
Tabel IV.25 Hasil Jawaban responden no 24	62
Tabel IV.26 Nilai Validitas variabel X	65
Tabel IV.27 Nilai uji realibilitas variabel X	66
Tabel IV.28 Nilai validitas variabel Y	68
Tabel IV.29 Nilai Uji realibilitas variabel Y	69
Tabel IV.30 Persamaan Regresi linear sederhana	70
Tabel IV.31 Koefisien determinasi (R ²)	71
Tabel IV.32 Uji F.....	73