

LAPORAN AKHIR

RESEARCH IN ACTION



**EFEKTIVITAS IKLAN DIET KANTONG PLASTIK TERHADAP NIAT
BERDIET KANTONG PLASTIK MELALUI PENDEKATAN
*ADVERTISING RESPONSE MODELLING***

Disusun oleh:

Lina, S.E., M.Si.

0201067401

Ketua

**Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Akuntansi
UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS
PALEMBANG
Bulan Mei Tahun 2017**

HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN

Judul penelitian	Efektivitas Iklan Diet Kantong Plastik Terhadap Niat : Berdiet Kantong Plastik Melalui Pendekatan Advertising Response Modelling
Kode>Nama Rumpun Ilmu	: 571/Manajemen
Ketua peneliti	
a. Nama Lengkap	: Lina, S.E., M.Si.
b. NIDN	: 0201067401
c. Jabatan Fungsional	: Lektor
d. Program Studi	: Manajemen
e. Nomor HP	: 08127817021
f. Alamat surel/email	: lina@ukmc.ac.id
Anggota peneliti 1	
a. Nama Lengkap	:
b. NIDN	:
c. Perguruan Tinggi	:
Anggota peneliti 2	
a. Nama Lengkap	:
b. NIDN	:
c. perguruan tinggi	:
Penelitian Tahun ke-	: 1 (satu)
Biaya penelitian	: Rp. 3.000.000,00
Sumber Dana	: Universitas Katolik Musi Charitas

Mengetahui
Dekan



M. Y. Dedi Haryanto, S.E., M.Si.
NIDN. 0205107401

Palembang, 26 Mei 2017
Ketua Tim Pengusul,

Lina, S.E., M.Si.
NIDN. 0201067401

Menyetujui,
Kepala LPPM



Fransiska Soejono, S.E., M.Sc.
NIDN: 0216117701

**SURAT PERNYATAAN
KEABSAHAN KARYA ILMIAH**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lina, S.E., M.Si.
NIP : 3419981
NIDN : 0201067401
Tempat, Tanggal Lahir : Palembang, 06 Januari 1974
Pangkat, Golongan, TMT : Penata Tk. I, III D, 1 Januari 2014
Jabatan, TMT : Lektor, 300, 1 Juni 2010
Bidang Ilmu/Mata Kuliah : Manajemen/Manajemen Pemasaran
Jurusan/Program Studi : Manajemen/Manajemen
Unit Kerja : Fakultas Bisnis dan Akuntansi pada Universitas Katolik Musi
Charitas

Dengan ini menyatakan bahwa Karya Ilmiah, seperti di bawah ini:

No.	Karya Ilmiah	Judul	Identitas Karya Ilmiah (ISBN/ISSN/Edisi/Tahun Terbit/Penerbit)	Alamat Unggah Online
1	Laporan Penelitian	Efektivitas Iklan Diet Kantong Plastik Terhadap Niat Berdiet Kantong Plastik Melalui Pendekatan <i>Advertising Response Modelling</i>	Dalam Proses	Dalam Proses

1. Adalah benar karya saya sendiri atau bukan plagiat hasil karya orang lain dan saya ajukan sebagai bahan Laporan Beban Kerja Dosen.
2. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini bukan karya saya sendiri atau plagiat hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 26 Mei 2017
Yang Membuat Pernyataan,




Lina, S.E., M.Si.
0201067401

ABSTRAKSI

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap iklan, sikap terhadap isi pesan terhadap niat berdiet kantong plastik dengan pendekatan *Advertising Response Modelling (ARM)*. Jenis penelitian berupa penelitian survei.. Teknik pengumpulan data adalah survei dengan membagikan kuesioner yang dikembangkan dari penelitian terdahulu. Populasi adalah masyarakat yang berdomisili di Palembang dan telah melihat iklan diet kantong plastik. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan jumlah responden 138 orang. Analisis regresi digunakan untuk menguji pengaruh antara sikap terhadap iklan dan sikap terhadap isi pesan, pada niat berdiet kantong plastik. Hasil penelitian menunjukkan besarnya pengaruh Sikap terhadap iklan , Sikap terhadap isi pesan pada niat berdiet kantong plastik sebesar 73,6% sedangkan 26,4% variabel niat berdiet kantong plastik dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, antara lain variabel kebijakan pemerintah, sosialisasi iklan, dan sebagainya. Dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan sikap antara pria dan wanita dalam berdiet kantong plastik, artinya baik pria maupun wanita mempunyai kesamaan dalam berniat untuk berdiet kantong plastik

Kata Kunci: *Advertising Response Modelling (ARM)*, Sikap terhadap iklan, Sikap terhadap isi pesan,dan niat berdiet kantong plastik.

ABSTRACT

This research describes how Advertising Response Modelling (ARM) provides a framework to measure advertising performance by integrating several multiple measures used in copy research. The author reports the study examining how paid plastic bag policy advertising can effect of three variables: attitude toward ads, attitude toward brand, and paid plastic bag intention. The aims of this research were to measure the influence of cognitive response and attitude toward paid plastic bag intention in advertising and to analyze consumer's information processing route of an ad. Survey design research was prepared in this study. The participants in this research are consumers who paid plastic bag intention. There are 100 in this research. Those participants were exposed an advertisement of paid plastic bag policy. Then, those participants filled out the self-administered and the structure questionnaire. By using ARM and One way ANOVA analysis, this research shows that advertising has influenced positively the consumers. However, there are not significantly different between man and woman participant to response the advertising.

Keywords: *Advertising Response Modelling (ARM), Attitude toward ads, attitude toward Message and paid plastic bag policy intention.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat kasih dan karunia-NYA laporan penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Melalui bantuan banyak pihak, penelitian ini telah berhasil dikerjakan dengan baik. Saya berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya bagi mahasiswa kami tercinta.

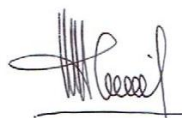
Penelitian ini berjudul: “Efektivitas Iklan Diet Kantong Plastik Terhadap Niat Berdiet Kantong Plastik Melalui Pendekatan *Advertising Response Modelling*” merupakan studi perilaku yang menganalisis pengaruh iklan diet kantong plastik terhadap niat berdiet kantong plastik dengan metode ARM (*Advertising Response Modeling*), yaitu suatu kerangka untuk mengukur kinerja sebuah iklan dengan mengintegrasikan berbagai ukuran yang digunakan untuk penelitian ini.

Selanjutnya saya sangat berterima kasih kepada Rektor Universitas Katolik Musi Charitas, Kepala LPPM, Reviewer Penelitian, dan para responden penelitian ini, serta berbagai pihak lainnya yang telah membantu saya, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Saya menyadari bahwa laporan penelitian ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan sehingga laporan penelitian ini dapat lebih bermanfaat sebagai referensi penelitian selanjutnya.

Sebagai kata penutup, kembali saya haturkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kepercayaan yang diberikan melalui penelitian *Research in Action* tahun 2017 ini. Semoga saya dapat lebih mengembangkan penelitian ini menjadi lebih bermanfaat lagi bagi banyak pihak.

Palembang, 26 Mei 2017



Lina, S.E., M.Si.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN KARYA ILMIAH	iii
ABSTRAKSI	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
BAB 2. LANDASAN TEORI	
2.1. Periklanan	5
2.2 Fungsi Periklanan.....	6
2.3 Pendekatan Model Respon Iklan	6
2.4. Advertising response modelling	9
2.5. Sikap	10
BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT	
3.1 Tujuan Penelitian	14
3.2 Manfaat Penelitian	14
BAB 4. METODE PENELITIAN	
4.1. Jenis Penelitian.....	15
4.2 Populasi dan Ukuran Pengambilan Sampel	15
4.3. Jenis Data.....	16
4.4. Teknik Pengumpulan data.....	17
4.5. Pengukuran Variabel	17

4.6. Teknik Analisis Data.....	18
--------------------------------	----

BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Uji Instrumen	21
5.2. Karakteristik Responden.....	25
5.3. Uji Hipotesis	29
5.4. Pembahasan.....	36

BAB 6. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

6.1. Seminar Hasil Penelitian.....	37
6.2. Publikasi Penelitian.....	37

BAB 7. SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

7.1. Simpulan	38
7.2. Keterbatasan dan Saran.....	39

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN:

Lampiran 1 Organisasi dan susunan personil

Lampiran 2 Surat Tugas

Lampiran 3 Format Biodata Tim Peneliti

Lampiran 4 Berita Acara Seminar Internal, Presensi dan Notulensi

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah sampah plastik dunia per negara	2
Tabel 5.1 Uji Validitas	21
Tabel 5.2 Uji Reliabilitas	22
Tabel 5.3 Uji Normalitas.....	23
Tabel 5.4 Uji Multikolinieritas	24
Tabel 5.5 Uji Heteroskedastisitas	24
Tabel 5.6 Jenis Kelamin Responden.....	25
Tabel 5.7 Umur Responden	26
Tabel 5.8 Pendidikan Responden.....	26
Tabel 5.9 Penghasilan Responden	27
Tabel 5.10 Rekapitulasi Jawaban Responden	28
Tabel 5.11 Deskriptif Statistik Hipotesis 1a	29
Tabel 5.12 Koefisien Regresi Berganda Hipotesis 1a	30
Tabel 5.13 Deskriptif Statistik Hipotesis 1b	31
Tabel 5.14 Koefisien Regresi Berganda Hipotesis 1b	32
Tabel 5.15 Uji F.....	33
Tabel 5.16 Uji Koefisien Determinasi	33
Tabel 5.17 Hasil Uji Homogenitas Varians.....	34
Tabel 5.18 Hasil Uji Oneway ANOVA.....	35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Advertising response modelling.....	9
Gambar 2.2 Model penelitian.....	12

