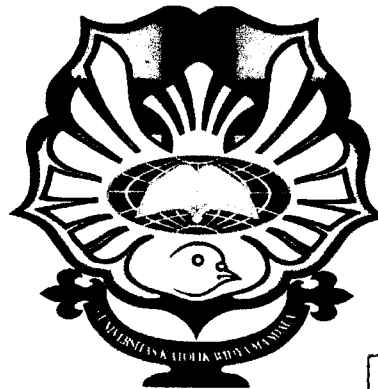


**PERBEDAAN PERHATIAN MAHASISWA PADA MODEL IKLAN
LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN SHAMPO CLEAR TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK**

SKRIPSI



**OLEH :
HENI NORYATI
NIM: 71403004**

Ps' 0020

Nomor Induk	024
Tanggal Terima	29 Oktober 2008
Revisi	Psikologi
Revisi	2008 / Psi / Nor / p
Copy ke	
Selanjutnya	29 October 2008

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA
MADIUN
2008**

**PERBEDAAN PERHATIAN MAHASISWA PADA MODEL IKLAN
LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN SHAMPO CLEAR TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Gelar Sarjana Strata Satu Psikologi**



**Oleh :
Heni Noryati
NIM: 71403004**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS WIDYA MANDALA
MADIUN
2008**

**PERBEDAAN PERHATIAN MAHASISWA PADA MODEL IKLAN
LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN SHAMPO CLEAR TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK**

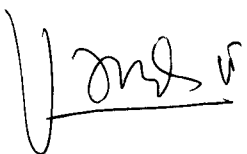
**Oleh:
Heni Noryati
NIM: 71403004**

Telah disetujui:

Pembimbing I


Apollo, S.Pd., M.Si

Pembimbing II

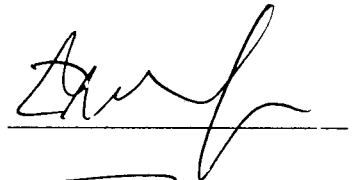

Rinanda Wardani, S.Psi, Psi

**PERBEDAAN PERHATIAN MAHASISWA PADA MODEL IKLAN
LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN SHAMPO CLEAR TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Dinyatakan lulus/tidak lulus
Pada tanggal
14 Oktober 2008

Dewan Penguji:

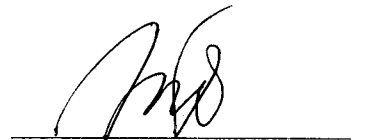
1. Eddy Suhartanto, S.Psi., M.Si.



2. Drs. Anton Sudarmanta, M.S



3. Apollo, S.Pd., M.Si



Dekan,

Fakultas Psikologi,



Apollo, S.Pd., M.Si

MOTTO



"Yang perlu kita pelajari dari orang sukses bukanlah pada kesuksesannya, tapi bagaimana mencapainya."

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini tidak memuat karya atau sebagian dari karya orang lain kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah. Jika ternyata terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal dan saya bersedia gelar keserjanaan saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa ditiadakan.

Penulis

PERBEDAAN PERHATIAN MAHASISWA PADA MODEL IKLAN LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN SHAMPO CLEAR TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK

Heni Noryati (2008). Fakultas Psikologi, Jurusan Psikologi, Universitas Widya Mandala, Madiun.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan perhatian mahasiswa pada model iklan laki-laki dan perempuan shampo clear terhadap keputusan membeli produk. Hipotesis penelitian ini yaitu ada perbedaan perhatian mahasiswa pada model iklan laki-laki dan perempuan shampo clear terhadap keputusan membeli produk. Subjek penelitian 78 mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling semester IV IKIP PGRI Madiun tahun 2008 yang terdiri dari 33 mahasiswa laki-laki dan 45 mahasiswa perempuan. Data dikumpulkan menggunakan skala, yaitu skala perhatian dan skala keputusan membeli. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *t-test (Independent Samples t-test)* untuk menganalisis perbedaan perhatian mahasiswa pada model iklan laki-laki dan perempuan shampo clear terhadap keputusan membeli produk.

Hasil analisis menunjukkan $P = 0.014 (<0.05)$ dengan nilai t hitung = -2.503 dan t tabel = 1.990, hal ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel pada taraf signifikansi 5%, dengan demikian hipotesis yang berbunyi ada perbedaan perhatian mahasiswa pada model iklan laki-laki dan perempuan shampo clear terhadap keputusan membeli produk diterima. Mahasiswa yang menyukai model perempuan memiliki mean sebesar 105.30, nilai ini lebih besar dibandingkan mahasiswa yang menyukai model laki-laki yang memiliki mean 94.06. Hal ini berarti bahwa mahasiswa yang menyukai model perempuan memiliki keputusan membeli lebih tinggi dibandingkan model laki-laki.

Kata-kata kunci: perhatian, keputusan membeli, jenis kelamin (model iklan laki-laki dan perempuan).

THE ATTENTION DIFFERENCES OF UNIVERSITY STUDENT FOR CLEAR SHAMPOO GIRL AND BOY ADVERTISEMENT MODEL TO THE DECISION PURCHASING PRODUCT

Heni Noryati (2008). Faculty of Psychology, Study Program of Psychology,, University of Widya Mandala, Madiun.

ABSTRACT

This research aim is to know there is or not the attention differences of university student for clear shampoo girl and boy advertisement model to the decision purchasing product. The result of this research hypothesis is there is the attention differences of university student for clear shampoo girl and boy advertisement model to the decision purchasing product. Research subject of 78 university student of Guidance Counselling of semester IV IKIP PGRI Madiun year 2008 that include from 33 boy university student and 45 girl university student. Data is collected by using scale, that is attention scale and decision purchasing scale. Analysis technique in this research use t-test (Independent sample t-test) for analyse the attention differences of university student for clear shampoo girl and boy advertisement model to the decision purchasing product.

The analysis result show $P = 0.014 (<0.05)$ with t value account = -2.503 and t table = 1.990, this matter means t value account bigger than t table in significance tariff 5%, so that's why hypothesis that sound there is the attention differences of university student for clear shampoo girl and boy advertisement model to the decision purchasing product is received. University student that like girl model has mean 105.30, this value is bigger if it is compared with the university student that like man model which has mean 94.06. This matter means that university student that like girl model has the decision purchasing bigger than man model.

Key word: attention, the purchasing decision, sex (girl and boy advertisement model)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur ke hadirat Allah SWT atas berkat serta rahmat-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Perbedaan Perhatian Mahasiswa Pada Model Iklan Laki-Laki dan Perempuan Shampo Clear Terhadap Keputusan Membeli Produk”.

Atas kesempatan serta segala bantuan yang diberikan kepada penulis berupa pengorbanan waktu, tenaga, pikiran guna menyelesaikan skripsi ini, maka pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Apollo, S.Pd.,M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Widya Mandala Madiun sekaligus dosen pembimbing pertama yang telah mengorbankan waktu dan tenaga dalam memberi nasehat dan pengarahan demi tersusunnya skripsi ini.
2. Ibu Rinanda Wardani, S.Psi, Psi selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah memberikan waktu, tenaga, dan dukungannya guna terselesainya skripsi ini.
3. Bapak Eddy Suhartanto, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran pada penulis.
4. Bapak Drs. Anton Sudarmanta, M.S, selaku dosen penguji yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan.
5. Bapak Drs. H. Ibnu Mahmudi, MM selaku Kaprodi Bimbingan dan Konseling FIP IKIP PGRI Madiun yang telah bersedia memberikan izin penulis untuk melaksanakan penelitian guna penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi yang dengan tekun memberikan ilmu pengetahuannya kepada penulis selama belajar di Fakultas Psikologi Universitas Widya Mandala Madiun.
7. Kedua orang tua yang dengan tulus ikhlas memberikan bantuan moral, material dan spiritual guna menyelesaikan skripsi ini.
8. Suamiku Arif Hermawan yang dengan setia dan sabar memberikan bantuan serta dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Putraku Raihan Wahyu Pratama yang selalu menjadikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan memberikan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Atas segala bimbingan dan jasa yang telah diberikan secara tulus ikhlas, penulis ucapkan terimakasih dan semoga mendapat imbalan dari Allah SWT.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi yang sangat sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sekalian akan penulis terima dengan senang hati guna menambah segala kekurangannya. Terimakasih.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Keputusan Membeli	
1. Pengertian	8

D. Metode dan Alat Pengumpul Data	
1. Skala Keputusan Membeli.....	36
2. Skala Perhatian.....	37
E. Uji Coba Alat Ukur	
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas.....	39
F. Hasil Uji Coba Alat Ukur	
1. Pelaksanaan Uji Coba.....	39
2. Hasil Uji Validitas.....	40
3. Hasil Uji Reliabilitas.....	42
G. Jalannya Penelitian	
1. Tahap Persiapan.....	43
2. Tahap Pengumpulan Data.....	43
3. Tahap Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data.....	44
B. Uji Hipotesis.....	47
C. Pembahasan.....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
1 Sebaran Butir Item Skala Keputusan Membeli Sebelum Uji Coba.....	37
2 Sebaran Butir Item Skala Perhatian Sebelum Uji Coba.....	38
3 Sebaran Butir Item Skala Keputusan Membeli Setelah Uji Coba.....	42
4 Sebaran Butir Item Skala Perhatian Setelah Uji Coba.....	42
5 Rangkuman Hasil Statistik Deskriptif.....	44
6 Statistik Deskriptif Data Nominal Perhatian.....	44
7 Statistik Deskriptif Data Nominal Keputusan Membeli.....	45
8 Rangkuman Hasil Uji Hipotesis Chi Square.....	47

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1 Model Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	17
2 Hubungan Variabel Penelitian	34
3 Histogram Perhatian.....	45
4 Histogram Keputusan Membeli	46
5 Histogram Perhatian Pada Model Iklan Laki-laki dan Perempuan.....	46
6 Histogram Keputusan Membeli dan Tidak Membeli.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	Halaman
1. Skala Uji Coba Perhatian.....	A
2. Skala Uji Coba Keputusan Membeli.....	A
3. Skor Kasar Uji Coba Perhatian.....	B
4. Skor Kasar Uji Coba Keputusan Membeli.....	B
5. Hasil Uji Validitas Item dan Reliabilitas.....	C
6. Skala Penelitian Perhatian.....	D
7. Skala Penelitian Keputusan Membeli.....	D
8. Skor Kasar Penelitian Perhatian.....	E
9. Skor Kasar Penelitian Keputusan Membeli.....	E
10. Hasil Uji Asumsi (Uji Normalitas dan uji Homogenitas).....	F
11. Hasil Uji Hipotesis Independent Sample T-test.....	G
12. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	H