

**PENGARUH MUTU INFORMASI, MUATAN YANG
MENGHIBUR DAN KREDIBILITAS IKLAN PADA SIKAP
KONSUMEN TERHADAP IKLAN *MOBILE***

TUGAS AKHIR



Ratu Intan Utami Putri

1132003024

**Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer
Universitas Bakrie**

Jakarta

2017

**PENGARUH MUTU INFORMASI, MUATAN YANG
MENGHIBUR DAN KREDIBILITAS IKLAN PADA SIKAP
KONSUMEN TERHADAP IKLAN *MOBILE***

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik



Ratu Intan Utami Putri

1132003024

**Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer**

Universitas Bakrie

Jakarta

2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan benar.

Nama : Ratu Intan Utami Putri

NIM : 1132003024

Tanda Tangan : 

Tanggal : 11 September 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Ratu Intan Utami Putri

NIM : 1132003024


Program Studi : Teknik Industri

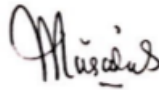
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer


Judul Skripsi : Pengaruh mutu informasi, muatan yang menghibur dan kredibilitas iklan pada sikap konsumen terhadap iklan *mobile*

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Pembahas dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada program studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Wijaya Adidarma, S.T., M.M., ()

Penguji 1 : Mirsa D Novianti , S.T., M.T ()

Penguji 2 : Edo Suryopratomo, S.T., M.Sc ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 11 September 2017

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar. Penulisan tugas akhir ini di lakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri pada Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itulah, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang terus membantu penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini, yaitu kepada:

1. Ibu Yulia Handayani dan Bapak E. Tawang Alun selaku ibunda dan ayahanda dari penulis yang selalu memberikan bantuan, saran, dan motivasi yang luar biasa baik lahir maupun batin, serta doa yang tiada henti untuk penulis agar senantiasa sehat, selamat dan sukses.
2. Bapak Ir. Esa Haruman Wiraatmadja, M.Sc.Eng., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Bakrie Jakarta.
3. Bapak Ir. Gunawarman Hartono, M.Eng., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Bakrie.
4. Bapak Wijaya Adidarma, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing telah dengan sabar memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Teknik Industri Universitas Bakrie yang telah memberikan pengajaran dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Naufal Oktazain yang telah menjadi pelipur lara, penghibur jiwa dan senantiasa menemani penulis disaat suka maupun duka.

7. Arjuna, Mayang, Dyah, dan Tata selaku sahabat-sahabat penulis yang tak henti memberikan inspirasi, masukan, dan semangat selama penulisan tugas akhir ini.
8. Teman-teman Teknik Industri 2013 yang selama 4 tahun perkuliahan ini sudah menemani, membantu, berbagi tawa maupun tangis, dan selalu ada khususnya saat penulis menyelesaikan tugas akhir.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Allah SWT dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait kedepannya.

Jakarta, 11 September 2017

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ratu Intan Utami Putri
NIM : 1132003024
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer
Jenis Tugas Akhir : Kuantitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH MUTU INFORMASI, MUATAN YANG MENGHIBUR DAN KREDIBILITAS IKLAN PADA SIKAP KONSUMEN TERHADAP IKLAN *MOBILE*

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 11 September 2017

Yang menyatakan



(Ratu Intan Utami Putri)

**PENGARUH MUTU INFORMASI, MUATAN YANG
MENGHIBUR DAN KREDIBILITAS IKLAN PADA SIKAP
KONSUMEN TERHADAP IKLAN *MOBILE***

Ratu Intan Utami Putri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh mutu informasi, muatan yang menghibur, dan kredibilitas iklan terhadap sikap konsumen pada iklan *mobile*. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* khususnya yang pernah melihat iklan melalui perangkat seluler yang berdomisili di Jabodetabek sebanyak 163 responden. Metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Kualitas data penelitian diukur dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap iklan *mobile* dipengaruhi oleh mutu informasi, muatan yang menghibur dan kredibilitas dari iklan *mobile*. Hasil pengujian multilinear regresi variabel mutu informasi, variabel muatan yang menghibur dan kredibilitas iklan memiliki pengaruh signifikan pada sikap konsumen terhadap iklan *mobile* yang menunjukkan nilai sig masing-masing secara berturut-turut yaitu 0,000; 0,000; 0,000 ($p < 0,05$).

Kata kunci : iklan *mobile*, mutu informasi, muatan yang menghibur, kredibilitas iklan, sikap terhadap iklan *mobile*

**PENGARUH MUTU INFORMASI, MUATAN YANG
MENGHIBUR DAN KREDIBILITAS IKLAN PADA SIKAP
KONSUMEN TERHADAP IKLAN *MOBILE***

Ratu Intan Utami Putri

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of informativeness, entertainment, and ad credibility on consumer attitudes in mobile advertising. Sample in this study is smartphone users in particular who have seen ads through mobile devices domiciled in Jabodetabek as much as 163 respondents. Methods of data collection through the distribution of questionnaires. The quality of research data is measured by validity and reliability test. Data analysis used descriptive analysis, and multiple linear regression analysis. These results show that consumer attitudes toward mobile advertising are influenced by informativeness, entertainment content, and the credibility of mobile advertising. The multilinear regression test results that informativeness, entertainment and credibility have a significant effect on consumer attitudes toward mobile advertisement showing sig value respectively 0.000; 0,000; 0,000 ($p < 0.05$).

Keywords: mobile ad, informativeness, entertainment, credibility, attitude toward mobile advertising

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II KAJIAN TEORI	6
2.1 Landasan Teori	6
2.2.1 Iklan <i>Mobile</i>	6
2.2.2 Sikap terhadap Iklan <i>Mobile</i>	7
2.2.3 Mutu Informasi (<i>Informativeness</i>)	9
2.2.4 Muatan yang menghibur (<i>Entertainment</i>)	11
2.2.5 Kredibilitas iklan	14
2.2 Operasionalisasi Konsep	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian	18
3.1.1 Populasi.....	18
3.1.2 Sampel.....	18
3.2 Teknik Pengumpulan Data	19
3.3 Metode Analisis.....	19

3.4	Definisi Operasional.....	20
3.5	Hipotesis.....	21
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		22
4.1	Hasil Penelitian.....	22
4.1.1	Jenis Kelamin.....	22
4.1.2	Usia.....	23
4.1.3	Jenis Pekerjaan.....	23
4.2	Pengolahan Data.....	24
4.2.1	Uji Reliabilitas.....	24
4.2.2	Uji Validitas Konstruk.....	26
4.2.1	Analisis Multiple Regresi.....	27
4.3	Pembahasan.....	29
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		32
5.1	SIMPULAN.....	32
5.2	SARAN.....	32
DAFTAR PUSTAKA.....		34
Lampiran.....		41

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Operasionalisasi Konsep	17
Tabel 3. 1 Skala Likert	20
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	20
Tabel 4. 1 Uji Reliabilitas Mutu Informasi	25
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas Muatan yang menghibur	25
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas Kredibilitas Iklan	25
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas Sikap Terhadap Iklan <i>Mobile</i>	26
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	27
Tabel 4. 6 Hasil Korelasi Sikap Terhadap Iklan <i>Mobile</i>	28
Tabel 4. 7 Koefisien Korelasi Sikap Terhadap Iklan <i>Mobile</i>	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Hipotesis Penelitian.....	21
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden	23
Gambar 4. 2 Usia Responden.....	23
Gambar 4. 3 Jenis Pekerjaan	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	41
Lampiran 2 HASIL OUTPUT SPSS RELIABILITAS.....	44
Lampiran 3 HASIL OUTPUT SPSS VALIDITAS	47