

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP SLOGAN DALAM
IKLAN ROKOK SAMPOERNA A MILD DI TELEVISI DENGAN
INTENSI MEMBELI ROKOK SAMPOERNA A MILD**

ABSTRAK

**ENGGAR ANITA SARI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2005**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap slogan dalam iklan rokok Sampoerna A Mild di televisi dengan intensi membeli rokok Sampoerna A Mild. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa ada hubungan yang positif antara persepsi terhadap slogan dalam iklan rokok Sampoerna A Mild di televisi dengan intensi membeli rokok Sampoerna A Mild.

Penelitian dilakukan di Yogyakarta dengan subjek sebanyak 47 orang yang merupakan perokok, laki-laki, berusia antara 19-25 tahun, pernah membeli dan mengkonsumsi rokok Sampoerna A Mild. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala, yaitu skala persepsi terhadap slogan dalam iklan rokok Sampoerna A Mild di televisi dan skala intensi membeli rokok Sampoerna A Mild. Analisis aitem skala persepsi terhadap slogan dalam iklan rokok Sampoerna A Mild di televisi menyatakan ada 2 aitem gugur dan 8 aitem valid, dengan koefisien reliabilitas Alpha sebesar 0,7474.

Hasil uji asumsi menyatakan bahwa sebaran data yang ada normal dan tidak mempunyai korelasi linier. Data penelitian dianalisis dengan teknik korelasi Spearman. Koefisien korelasi yang diperoleh adalah $r = 0,152$ dengan $p = 0,153$ atau $p > 0,01$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara persepsi terhadap slogan dalam iklan rokok Sampoerna A Mild di televisi dengan intensi membeli rokok Sampoerna A Mild. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan ditolak.

**THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTION TOWARD SLOGAN'S
OF SAMPOERNA A MILD CIGARETTE COMMERCIAL ON
TELEVISION AND INTENTION TO BUY SAMPOERNA A MILD
CIGARETTE**

ABSTRACT

**ENGGAR ANITA SARI
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2005**

The aim of this study was to find out the correlation between perception toward slogan's of Sampoerna A Mild cigarette commercial on television and intention to buy Sampoerna A Mild cigarette. Hypothesis proposed for this study was that there is a positive correlation between perception toward slogan's of Sampoerna A Mild cigarette commercial on television and intention to buy Sampoerna A Mild cigarette.

Research was held at Yogyakarta with 47 smokers, male, age 19-25 years old, have had bought or have had consumed Sampoerna A Mild cigarette. In this study, method for collecting data used scale form. Instrument for collecting data consist of two instruments : scale of perception toward slogan's of Sampoerna A Mild cigarette commercial on television and scale of intention to buy Sampoerna A Mild cigarette. The item analysis for scale of perception toward slogan's of Sampoerna A Mild cigarette commercial on television states that there are 2 items which are failed and 8 items which are qualified, using reliability coefficient Alpha 0,7474.

The result of the assumption was a normal curve with unlinear correlation. The data were analyzed by using Spearman. The coefficient was 0,152 with $p=0,153$ or $p > 0,01$. These result suggest that there is no significant correlation between perception toward slogan's of Sampoerna A Mild cigarette commercial on television and intention to buy. It means that proposed hypothesis rejected.