

**HUBUNGAN ANTARA IKLAN DAN GAYA HIDUP DENGAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL PINTAR OPPO PADA  
MAHASISWA PENDIDIKAN TATA NIAGA FAKULTAS EKONOMI DI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**WILLIES TARANTIARNO**

**8135134132**



*Building  
Future  
Leaders*

Proposal Skripsi Ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas  
Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2017**

***THE CORRELATION BETWEEN ADVERTISING AND LIFESTYLE WITH  
PURCHASE DECISION OPPO SMARTPHONE MENT IN STUDENT  
PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION FACULTY ECONOMICS OF  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**WILLIES TARANTIARNO**

**8135134132**



*Building  
Future  
Leaders*

*Thesis is Organized As One of The Requirements For Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economic State University of Jakarta*

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2017***

## ABSTRAK

**WILLIES TARANTIARNO**, Hubungan antara iklan dan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Jakarta, Kota Jakarta Timur, selama 5 bulan terhitung sejak Maret 2017 sampai dengan Juli 2017. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Hubungan antara iklan dan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang pernah melakukan pembelian *smartphone* OPPO. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 110 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan antara  $X_1$  dan  $Y$  adalah  $\hat{Y} = 41,10 + 0,5617X_1$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi  $Y$  atas  $X_1$  dengan uji *Liliefors* menghasilkan  $L_{hitung} = 0,401$  untuk  $Y$  atas  $X_1$ , sedangkan  $L_{tabel}$  untuk  $n = 110$  pada taraf signifikan 0.05 adalah  $= 0,844$ . Karena  $L_{hitung} < L_{tabel}$  maka galat taksiran regresi  $Y$  atas  $X$  berdistribusi normal. Uji Linearitas regresi menghasilkan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yaitu  $0,07 < 1,62$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa, persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu,  $82,30 > 3,99$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *product moment* dari *pearson* menghasilkan  $r_{xy} = 0,658$  selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji  $t$  dan dihasilkan  $t_{hitung} = 9,072$  dan  $t_{tabel} = 1,65$  Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,658$  adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,4325 yang menunjukkan 43,25% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh iklan. Sedangkan Persamaan regresi yang dihasilkan antara  $X_2$  dan  $Y$  adalah  $\hat{Y} = 47,74 + 0,4729X_2$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi  $Y$  atas  $X_2$  dengan uji *Liliefors* menghasilkan  $L_{hitung} = 0,527$  untuk  $Y$  atas  $X_2$ , sedangkan  $L_{tabel}$  untuk  $n = 110$  pada taraf signifikan 0.05 adalah  $= 0,844$ . Karena  $L_{hitung} < L_{tabel}$  maka galat taksiran regresi  $Y$  atas  $X$  berdistribusi normal. Uji Linearitas regresi menghasilkan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yaitu  $0,05 < 1,62$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa, persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu,  $50,57 > 3,99$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *product moment* dari *pearson* menghasilkan  $r_{xy} = 0,708$  selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji  $t$  dan dihasilkan  $t_{hitung} = 7,111$  dan  $t_{tabel} = 1,65$  Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,708$  adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,3189 yang menunjukkan 31,89% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh gaya hidup

**Kata kunci:** Keputusan Pembelian, Iklan, Gaya Hidup

## ABSTRACT

**WILLIES TARANTIARNO.** *The Correlation between Advertising and Price with The Purchase Decision OPPO Samsung on student Program of Commerce Education Faculty Economics State University Of Jakarta Thesis, Jakarta, Study Program of Commerce Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta*

*This research was conducted at State University of Jakarta, East Jakarta, for 5 months since March 2017 until July 2017. The purpose of this research is to know the relationship between advertising and lifestyle with purchase decision OPPO smartphone on student Program of Commerce Education Faculty Economics State University Of Jakarta. The research method used was survey method with the correlation approach, population used is the entire citizens in RT 03/08 State University of Jakarta, East Jakarta ever making a purchase the OPPO smartphone. Sampling technique is used with a Purposive sampling technique as much as 117 people. The resulting regression equation between  $X_1$  and  $Y$  is  $\hat{Y} = 41.10 + 0.5617X_1$ . Test requirements analysis regression estimates of error normality test of  $Y$  over  $X_1$  with Liliefors =  $L_{count}$  generating test 0,401 to  $Y$  over  $X_1$ , while  $L_{table}$  for  $n = 110$  at significant levels 0.05 is = 0.0844. Because  $L_{count} < L_{table}$  then an error estimate regression of  $Y$  over  $X$  gaussian regression Linearity Test yield.  $F_{count} < F_{table}$  is  $0,07 < 1,62$ , so it can be concluded that the linear regression equation of the regression produces a meaningfulness test  $F_{count} > F_{table}$  is,  $82,30 > 3,99$ , so it can be inferred that the regression equation is significant. The correlation coefficients of pearson product moment produces  $r_{xy} = 0,658$  next meaningfulness coefficient correlation test is performed using a test  $t$  and produced  $t_{count} = 9,072$   $t_{table} = 1.65$  and thus, it can be concluded that the coefficient correlation  $r_{xy} = 0.658$  is a positive and significant. coefficient determination of 0.4325 obtained showed 43.25% of purchase decisions variable defined by the advertising. While the resulting regression Equation between  $X_2$  and  $Y$  is  $\hat{Y} = 47,74 + 0.4729X_2$ . Test requirements analysis is regression estimates of error normality test of  $Y$  over  $X_2$  test with the Liliefors produce  $L_{count} = 0,527$  for  $Y$  over  $X_2$ , while the  $L_{table}$  for  $n = 110$  at significant levels 0.05 is = 0.0844. Because  $L_{count} < L_{table}$  then an error estimate regression of  $Y$  over  $X$  gaussian regression Linearity Test yield.  $F_{count} < F_{table}$  is  $0.05 < 1.62$ , so it can be concluded that the linear regression equation of the regression produces a meaningfulness test  $F_{count} > F_{table}$  is,  $50,57 > 3,99$ , so it can be inferred that the regression equation is significant. The correlation coefficients of pearson product moment produces  $r_{xy} = 0,708$  next meaningfulness coefficient correlation test is performed using a test  $t$  and produced  $t_{count} = 7,111$   $t_{table} = 1.65$  and thus, it can be concluded that the coefficient correlation  $r_{xy} = 0.708$  is a positive and significant. Coefficient determination of 0.3168 obtained showed 31.68% variable purchase decisions is determined by the lifestyle.*

**Key word:** *purchasing decisions, advertising, lifestyle*

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENANGGUNG JAWAB  
DEKAN FAKULTAS EKONOMI



Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus.  
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Ketua Penguji	 .....	<u>28-07-2017</u>
2. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Penguji Ahli	 .....	<u>28-07-2017</u>
3. <u>Dita Puruwita, M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Sekretaris	 .....	<u>28-07-2017</u>
4. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Dosen Pembimbing 1	 .....	<u>28-07-2017</u>
5. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Dosen Pembimbing 2	 .....	<u>28-07-2017</u>

Tanggal Lulus :

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 11 Juli 2017

Yang membuat pernyataan

Willies Tarantiarno

No. Reg. 8135134132

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmannirrahim. Alhamdulillahirabbil'alamin bersyukur kepada Allah S.W.T dan junjungan Nabi besar Muhammad S.A.W saya ucapkan karena dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, keluarga dan seluruh orang-orang disekitar saya yang telah memberikan semangat dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

*"Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai(dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)".*

*(QS Al Insyirah 94:6-7)*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Iklan dan Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dra.Rochyati,M.Pd Dosen Pembimbing I yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan, dukungan, semangat, waktu, tenaga, kritik, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Dra. Nurahma Hajat, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, arahan, dukungan, waktu, tenaga, kritik, saran, dan memberikan semangat yang tiada hentinya serta, memberikan ilmu pengetahuan yang dimiliki kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
3. Dr. Corry Yohana, MM, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.



5. Dita Puruwita M.Si selaku pembimbing akademik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
7. Orang tua tercinta Bapak dan Ibu yang selalu mendukung dan mendoakan saya serta tak pernah lelah untuk mendidik sampai saat ini serta dukungan mereka baik secara materi maupun moril.
8. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga A dan B 2013.

Jakarta, 11 Juli 2017

Willies Tarantiarno

No. Reg. 8135134132