

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN IKLAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SIRUP ABC**  
(Studi Pada Penduduk Provinsi DKI Jakarta)

**MUHAMAD BODY PRAHALA**  
**8215120507**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Prasyarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN  
KONSENTRASI PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2016**

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED PRICE AND  
ADVERTISEMENT ON PURCHASE DECISION OF ABC  
SYRUP**

**(The Research is on Inhabitants of DKI Jakarta Province)**

**MUHAMAD BODY PRAHALA  
8215120507**



**Skripsi is Written as Part of Bachelor Degree in Economics Accomplishment**

**Study Program Bachelor Degree of Management  
Marketing Major Concentration  
Faculty of Economics  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2016**

## ABSTRAKSI

MUHAMAD BODY PRAHALA, Pengaruh Persepsi Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sirup ABC (Studi Pada Penduduk Provinsi DKI Jakarta). Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2016.

Tujuan penelitian ini ialah: (1) untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian sirup ABC, (2) untuk menguji secara empiris pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian sirup ABC. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah survei. Objek dalam penelitian ini ialah 200 orang responden penduduk DKI Jakarta yang pernah melakukan pembelian sirup ABC di *minimarket* atau *supermarket* yang terletak di wilayah provinsi DKI Jakarta dalam kurun waktu dua tahun terakhir. Metode analisis data yang digunakan ialah metode analisis linear berganda dengan bantuan *software SPSS Statistic for Windows 20.0*. Hasil uji hipotesis menunjukkan: (1) terdapat pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  6.067 dan signifikansi 0.000, (2) terdapat pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t_{hitung}$  7.201 dan signifikansi 0.000. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa sebesar 49,1% variasi keputusan pembelian dijelaskan oleh persepsi harga dan iklan. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi PT Heinz ABC Indonesia Indonesia untuk merumuskan strategi yang lebih baik agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk sirup ABC.

Kata kunci: persepsi harga, iklan, keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

MUHAMAD BODY PRAHALA, The Influence of Perceived Price and Advertisement on Purchase Decision of ABC syrup (The Research is on Inhabitants of DKI Jakarta Province). Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta 2016.

*The purposes of this research are: (1) to examine empirically the influence of perceived price on purchase decision of ABC syrup, (2) to examine empirically the influence of advertisement on purchase decision of ABC syrup. This research uses survey method for collecting data. The objects in this research are 200 respondents of DKI Jakarta inhabitants who had purchased ABC syrup in the minimarket or supermarket located in DKI Jakarta within the past two years. The method used in this research is linear regression analysis with SPSS Statistic for Windows 20.0 software. The results of hypothesis testing show: (1) there is an influence of perceived price on purchase decision with the value of  $t_{count}$  6.067 and significance 0.000, (2) there is an influence of advertisement on purchase decision with the value of  $t_{count}$  7.201 and significance 0.000. The result of determination coefficient ( $R^2$ ) shows that 49,1% variation of purchase decision is explained by perceived price and advertisement. The results of this research are beneficial for PT Heinz ABC Indonesia to formulate a better strategy in terms of increasing purchase decision of ABC syrup product.*

*Keyword: perceived price, advertisement, purchase decision*


# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus  
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>1. Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1 002	Ketua		4 Agustus 2016
<u>2. Rahmi, SE, M.SM.</u> NIP.	Sekretaris		28 Juli 2016
<u>3. M. Edo S Siregar, SE, M.BA</u> NIP. 19720125 200212 1 002	Penguji Ahli		1 Agustus 2016
<u>4. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Pembimbing I		2 Agustus 2016
<u>5. Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001	Pembimbing II		2 Agustus 2016

Tanggal lulus: 28 Juli 2016

# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah dipakai 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 dalam kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 3 Agustus 2016  
Yang membuat pernyataan



Muhamad Body Prahala  
NIM. 8215120507

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT dan tak lupa shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan sehingga atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sirup ABC”**.

Dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Maka peneliti mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan secara moril dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si., selaku dosen pembimbing I.
2. Ibu Dra. Basrah Saidani, M.Si., selaku dosen pembimbing II.
3. Bapak M. Edo S. Siregar, SE, M.BA. dan Ibu Rahmi, SE, M.SM. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Dr. Dedi Purwana ES., M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
5. Bapak Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
6. Para dosen dan seluruh staf pegawai Universitas Negeri Jakarta.
7. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada; Ayahanda Ir. Mulya Sudarso, Ibunda Lukia Abdul Hakim selaku orang tua peneliti dan Muhamad Aldy Bintang selaku adik peneliti yang telah melimpahkan

begitu banyak kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.

8. Para sahabat, kerabat dekat dan teman seperjuangan yakni; M. Haikal Hamdi, M. Barka Anantadira, Azhari Syawaludin, Frisa Putri, Wahyu Wastuti, Zulfikar Alfariz, Adnan Sazali, Afif Khairi dan Balqis Iskandar yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman kelas Manajemen Regular A 2012 dan konsentrasi pemasaran yang sama-sama berjuang dan memberikan dukungan kepada peneliti.
10. Saudari Lulu, Agustina, Purwa, Lastri, Novee dan teman-teman Rumah 1001buku lainnya yang telah membantu serta memberikan dukungan semangat kepada peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Berbagai pihak lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat dan terimakasih peneliti atas kebaikan yang telah diberikan selama ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, Juli 2016

Muhamad Body Prahala