

**PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP MINAT BELI *SMARTPHONE* MERK
“EVERCOSS” (*SURVEY* PADA KONSUMEN ITC ROXY MAS)**

**ANDITA OCKTAVIANA
8215129067**



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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN ALIH PROGRAM
KONSENTRASI PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

**THE INFLUENCE OF TELEVISION ADVERTISING AND
PERCEIVED PRICE TOWARD PURCHASE INTENTION OF
SMARTPHONE EVERCOSS (SURVEY ON THE CUSTOMER
OF ITC ROXY MAS)**

**ANDITA OCKTAVIANA
8215129067**

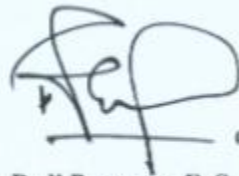


Skripsi is Written as Part Of Bachelor Degree in Economics Accomplishment

**MANAGEMENT OVER THE STUDY PROGRAM
MARKETING CONCENTRATION
DEPARTEMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2015**


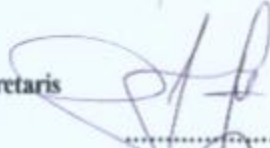
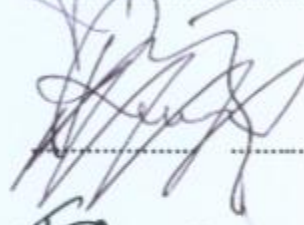

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana. E. S., M.Bus

NIP. 19671207 199203 1001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad,S.Si,M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1002	Ketua		29/7-2015
2. <u>Agung Kresnamurti RP,ST,MM</u> NIP. 19740416 200604 1001	Sekretaris		29/7-2015
3. <u>Dr. Mohamad Rizan,SE,MM</u> NIP. 19720627 200604 1001	Penguji Ahli		27/7-2015
4. <u>Setyo Ferry Wibowo,SE,M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1001	Pembimbing I		28/7-2015
5. <u>Usep Suhud, Ph.D</u> NIP. 19700212 200812 1001	Pembimbing II	<u>usep suhud</u>	24/7-2015

Tanggal Lulus : 10 Juli 2015

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 di kemudian 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, Juli 2015

Yang membuat pernyataan



Andita Ocktaviana

No.Reg: 8215129069

ABSTRAK

Andita Ocktaviana, 2015; Pengaruh Iklan Televisi dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli *Smartphone* Merk “Evercoss” (Survey pada Konsumen ITC Roxy Mas). Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen Alih Program, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara iklan televisi terhadap minat beli *smartphone* merk “Evercoss”. 2) untuk Mengetahui adanya pengaruh yang signifikan antara persepsi harga terhadap minat beli *smartphone* merk “Evercoss”. 3) untuk Mengatahui adanya pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara iklan televisi dan persepsi harga terhadap minat beli *smartphone* merk “Evercoss”. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen ITC Roxy Mas yang sedang bertanya-tanya dan melihat-lihat *smartphone* merk “Evercoss”, dan pernah melihat iklan *smartphone* merk “Evercoss”, juga sudah memiliki pengetahuan yang cukup tentang *smartphone* merk “Evercoss”. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 150 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda, dan alat analisis data menggunakan program SPSS versi 22. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: 1) adanya pengaruh yang signifikan dari iklan televisi terhadap minat beli dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan T_{hitung} sebesar 8,427. 2) adanya pengaruh yang signifikan dari persepsi harga terhadap minat beli dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 dan T_{hitung} sebesar 3,082. 3) iklan televisi dan persepsi harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan F_{hitung} sebesar 111,624.

Kata kunci: Iklan televisi, persepsi harga, minat beli.

ABSTRACT

Andita Ocktaviana, 2015; The Influence of Television Advertising and Perceived Price toward Purchase Intention of Smartphone Evercoss (Survey on the Customer of ITC Roxy Mas). Skripsi, Jakarta: Marketing Management Concentration, Management Over the Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

The purposes of this reserach are: (1) To notice the affect between television advertising toward purchase intention of Smartphone Evercoss. (2) To notice the affect between perceived price toward purchase intention of Smartphone Evercoss. (3) To notice the affect between television advertising and perceived price together toward purchase intention of Smartphone Evercoss. Sampels in this research are consumers on ITC Roxy Mas who are wondering and see the smartphone Evercoss, and they have seen television advertising of smartphone Evercoss, and then they have enough knowledge about smartphone Evercoss. The number of sample in this research are 150 respondent. This research uses quantitative method with multiple regression analysis technique, and a data anlysis tools uses SPSS version 22. The results of examine hypotesis shows: (1) there is significantly affect between television advertising toward purchase intention with the significantly value of 0,000 and T_{hitung} 8,427. (2) there is a significantly affect between perceived price toward purchase intention with the significantly value of 0,002 and T_{hitung} 3,082. (3) there is a significatly affect between television advertising and perceived price together toward purchase intention with the significantly value of 0,000 and F_{hitung} 111,624.

Keywords: Television advertising, perceived price, purchase intention.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan rasa syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa peneliti sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan. Skripsi yang telah diselesaikan oleh peneliti ini berjudul : **Pengaruh iklan televisi dan persepsi harga terhadap minat beli *smartphone* merk “Evercoss” (Survey pada konsumen ITC Roxy Mas).** Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I.
2. Bapak Usep Suhud, Ph.D selaku Dosen Pembimbing II.
3. Bapak Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi (FE) UNJ.
4. Ibu Dr. Hamidah, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen, FE UNJ.
5. Bapak Dr. Gatot Nazir Muhamad, S.Si, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, FE UNJ.
6. Bapak Dr. Mohammad. Rizan, SE, MM dan Bapak Agung Kresnamurti R.P, ST, MM selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik untuk peneliti sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Seluruh dosen FE UNJ yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.

8. Seluruh konsumen ITC Roxy Mas yang telah menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Mba Fitria (*Staff* Jurusan Manajemen) yang telah banyak membantu dalam proses administrasi.
10. Kedua orangtua, adik, dan keluarga yang telah melimpahkan kasih sayang dan membantu selama proses perkuliahan, terimakasih.
11. Rachmat Ramadhan, yang telah banyak membantu dan memberikan semangat serta motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan terutama pada saat pembuatan skripsi.
12. Firman yang telah menjadi teman terbaik selama perkuliahan di Universitas Negeri Jakarta.
13. Ella, Yanita, Ilham, Aji, Disa dan Tiara yang telah menjadi teman dalam belajar bersama selama pembuatan skripsi.
14. Seluruh teman-teman manajemen alih program 2012, yang telah memberikan warna indah selama masa perkuliahan.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukannya. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, peneliti dengan senang hati menerima kritik membangun, saran dan masukan dari pembaca sekalian.

Jakarta, Juli 2015

Andita Ocktaviana