

**PENGARUH SIKAP TERHADAP MEREK DAN SIKAP
TERHADAP IKLAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
KARTU SIMPATI**

**(Survei Pada Warga Komplek Departemen Keuangan dan
Sekitarnya di RW 02 dan 08, Kelurahan Meruya Selatan,
Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat)**

**MUHAMMAD GALIH SURENDRO
8215083585**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2013**

**THE INFLUENCE OF BRAND ATTITUDE AND ATTITUDE
TOWARD THE AD TOWARD PURCHASE INTENTION
CONSUMERS OF SIMPATI CARD**

**(Survey of Complex Department Finance and Surrounding in RW
02 and 08, Village South Meruya, District Kembangan, West
Jakarta)**

**MUHAMMAD GALIH SURENDRO
8215083585**



**This Thesis is Written as Part of Bachelor Degree in Economics
Accomplishment**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
DEPARTEMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2013**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


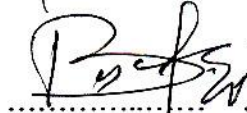

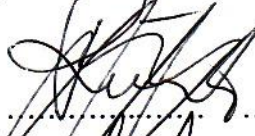

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Nurahma Hajat, M.Si

NIP. 195310021985032001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Umi Mardiyati M.Si</u> NIP. 195702211985032002	Ketua		5/02/2013
2. <u>Dra. Basrah Saidani. M.Si</u> NIP: 196301191992032001	Sekretaris		4/02/2013
3. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP: 197206171999031001	Penguji Ahli		4/02/2013
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP: 197206272006041001	Pembimbing I		5/02/2013
5. <u>Agung Kresnamurti, ST, MM</u> NIP: 197404162006041001	Pembimbing II		4/02/2013

Tanggal Lulus: 28 Januari 2013

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya yang 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 pernah 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 ketidakbenaran, 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, 28 Januari 2013

yang membuat pernyataan



Muhammad Galih Surendro

8215083585

ABSTRAK

Muhammad Galih Surendro, 2012; Pengaruh Sikap Terhadap Merek dan Sikap Terhadap Iklan Pada Minat Beli Konsumen Kartu Simpati Survei Pada Warga Komplek Departemen Keuangan dan Sekitarnya di Rw 02 dan 08 Kecamatan Kembangan Kelurahan Meruya Selatan Jakarta Barat. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Mohamad Rizan, SE., MM. & Agung Kresnamurti, ST., MM.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan sikap terhadap merek, sikap terhadap iklan dan minat beli serta melakukan pengujian pada variabel sikap terhadap merek dan sikap terhadap iklan yang mempengaruhi minat beli kartu Simpati. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah warga perumahan kompleks departemen keuangan dan sekitarnya di rw 02 dan 08 kecamatan Kembangan kelurahan Meruya Selatan Jakarta Barat. Total sampel pada penelitian ini berjumlah 140 orang yang kemudian alat analisis yang digunakan adalah SPSS 17. Hasil dari penelitian ini menunjukkan : (1) sikap terhadap merek secara signifikan mempengaruhi minat beli sebesar 10%. Sementara 90% tersisa dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. (2) sikap terhadap iklan secara signifikan mempengaruhi minat beli sebesar 25,5%. Sementara 74,4% tersisa dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. (3) sikap terhadap iklan secara signifikan mempengaruhi sikap terhadap merek sebesar 6,3%. Sementara 93,7% tersisa dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. (4) sikap terhadap merek sebagai mediasi secara signifikan mempengaruhi sikap terhadap iklan dan minat beli dengan koefisien mediasi sebesar 0,045584.

Kata kunci: sikap terhadap iklan, sikap terhadap merek, minat beli kartu Simpati.

ABSTRACT

Muhammad Galih Surendro, 2012; *The Influence of Brand Attitude and Attitude Toward the Ad on Purchase Intention Consumer Simpati Card. Undergraduate Thesis: Jakarta, Concentration of Marketing Management, Management Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory team: Dr. Mohamad Rizan, SE., MM. & Agung Kresnamurti, ST., MM*

The purpose of this study was to describe brand attitude, attitude toward the ad and purchase intention and perform variable testing on brand attitude and attitude toward the ad affect purchase intention Simpati cards. This study uses descriptive and explanatory methods. The population in this study were residents of housing complexes in the finance department and surrounding districts rw 02 and 08 South Meruya village Kembangan, West Jakarta. Total sample in this research were 140 people who later analysis tool used was SPSS 17. The results of this study indicate: (1) attitude toward the brand significantly affect buying interest at 10%. The remaining 90% is influenced or explained by other variables that are not included in this research. (2) attitudes toward advertising affect this significant buying interest at 25.5%. The remaining 74,4% is influenced or explained by other variables that are not included in this research.(3) attitudes toward advertising significantly affect this attitude towards the brand by 6.3%. The remaining 93,7% is influenced or explained by other variables that are not included in this research.(4) brand attitude as mediation significantly affect attitudes toward the ad and purchase intention mediation coefficient of 0.045584.

Keywords: brand attitude, attitude toward the ad, purchase intention Simpati card.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Sikap Terhadap Merek dan Sikap Terhadap Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Kartu Simpati Survei Pada Warga Komplek Departemen Keuangan dan Sekitarnya di RW 02 dan 08, Kelurahan Meruya Selatan, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat. Skripsi ini disusun oleh peneliti dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

Skripsi ini mungkin tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Dr. Mohamad Rizan, SE., MM., selaku dosen pembimbing skripsi.
2. Agung Kresnamurti, ST., MM., selaku dosen pembimbing skripsi.
3. Dra. Nurahma Hajat, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNJ.
4. Agung Wahyu Handaru, ST., MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.
5. Dra. Umi Mardiyati, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNJ yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.

7. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Tajib dan Ibu Sri Hartati. Terimakasih untuk segala kasih sayang dan cintanya selama ini. Doa yang takkan putus kepada keduanya atas segala pengorbanannya yang senantiasa tercurahkan untuk ananda. Kepada kakakku Niken Hayu dan Niluh Hayu serta keponakanku, yang mana mereka semua adalah motivator terkuatku untuk bisa lulus dengan segera dan yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Norita Putriananda Haditiya, seseorang yang selalu ada setiap waktu untuk memberikan dukungan, motivasi, dan kasih sayang yang tanpa henti.
9. Seluruh teman-teman dan sahabatku manajemen reguler dan nonreguler 2008 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu peneliti menerima saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para peneliti maupun pembaca.

Jakarta, 2012

Peneliti