

**PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK MINUMAN ISOTONIK MIZONE (SURVEI  
PADA PENGUNJUNG CARREFOUR ITC KOTA DEPOK)**

**DINNO RAEYGA PUTRA**

**8215119075**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi**

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

**THE INFLUENCE OF TELEVISION ADVERTISING AND PRICE PERCEPTION TOWARDS INTEREST PURCHASE OF ISOTONIC DRINK MIZONE (SURVEY ON THE VISITOR CARREFOUR ITC DEPOK)**

**DINNO RAEYGA PUTRA**

**8215119075**



**This Essay Compiled As Requirements To obtain a Bachelor Degree in Economics**

**STUDY TRANSFER PROGRAM OF MANAGEMENT  
DEPARTMENT OF MANAGEMENT  
FAKULTY OF ECONOMICS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2015**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


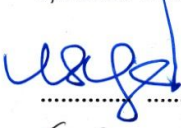


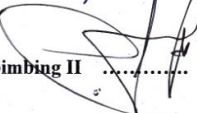
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



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

NIP: 19671207 199203 1001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Gatot Nazir Ahmad, S.Si., M.Si</u> NIP: 197205062006041002	Ketua		29 Januari 2015.
2. <u>Usep Suhud, Ph.D</u> NIP: 197002122008121001	Sekretaris		21 Januari 2015.
3. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP: 197206171999031001	Penguji Ahli		22 Januari 2015.
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP: 197206272006041001	Pembimbing I		30 Januari 2015.
5. <u>Agung Kresnamurti RP, ST, MM</u> NIP: 197404162006041001	Pembimbing II		29 Januari 2015.

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 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 menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Februari 2015

Yang membuat pernyataan



Dinno Raeyga Putra

No. Reg. 8215119075

## ABSTRAK

Dinno Raeyga Putra, 2014; Pengaruh Iklan Televisi dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli (survey pada pengunjung Carrefour ITC Kota Depok).  
Pembimbing : Dr. Mohammad Rizan, SE, MM., Agung Kresnamurti, ST, MM.

Secara umum, tujuan dari penelitian ini meliputi: 1) untuk mengetahui deskripsi dari Iklan Televisi, Persepsi Harga dan minat beli, 2) untuk mengetahui pengaruh iklan televisi terhadap minat beli minuman isotonik Mizone, 3) untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap minat beli minuman isotonik Mizone, 4) untuk menentukan pengaruh iklan televisi dan persepsi harga bersama-sama terhadap minat beli. Penelitian ini mengambil 100 responden sebagai sampel. Jenis penelitian adalah deskriptif, dengan menggunakan metode non-probabilitas, lebih khusus menggunakan aksidental *sampling*. Menggunakan metode survei dan juga penelitian lapangan. Hasil dari hipotesis menunjukkan 1) Iklan televisi (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli (Y) minuman isotonik Mizone (dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar (5%) dengan nilai signifikansi X1 ke Y sebesar 0.000). 2) persepsi harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli (Y) minuman isotonik Mizone (dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar (5%) dengan nilai signifikansi X2 ke Y sebesar 0.000). 3) iklan televisi dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Dan hasil analisis determinasi dalam penelitian ini menunjukkan iklan televisi dan persepsi harga terhadap minat beli sebesar 47%. Sedangkan 53% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Kata kunci: Iklan Televisi, Persepsi Harga, Minat Beli.

## **ABSTARCT**

*Dinno Raeyga Son, 2014; Influence of Television Advertising and Price Perception on the Interests Purchase (survey on visitors Carrefour ITC Depok City). Advisory team: Dr. Mohammad Rizan, SE, MM., Agung Kresnamurti, ST, MM.*

*The purpose of this research include: 1) to know the description of Television Advertising, Price Perception and buying interest, 2) to determine the effect of television commercials on buying interest Mizone isotonic drinks, 3) to determine the effect of price perception on purchase interest isotonic drinks Mizone, 4) to determine the effect of television advertising and price perception together against buying interest. This research took of 100 respondents as sample. The research type was descriptive, using a non-probability method, more specifically using accidental sampling. Using survey methods and field research. The results of the hypothesis showed 1) Television advertising (X1) significantly influence buying interest (Y) Mizone isotonic drinks (using a significance level (5%) with a significance value of X1 to Y for 0000). 2) perceptions of price (X2) significantly influence buying interest (Y) Mizone isotonic drinks (using a significance level (5%) with a significant value of X2 to Y for 0000). 3) television advertising and price perception together significantly influence buying interest. And analytical results of this study showed determination in television commercials and perceptions of the price of buying interest of 47%. While 53% is influenced by other variables not included in the study.*

*Keywords: Television Advertising, Price Perception, Interests Purchase.*

## **Kata Pengantar**

Alhamdulillah dengan memanjatkan segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT. Atas segala rahmat dan karunia – Nya pada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ‘Pengaruh Iklan Televisi dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli (survei pada pengunjung Carrefour ITC Kota Depok)’.

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ekonomi dari Universitas Negeri Jakarta.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini, Peneliti mendapat bimbingan, saran, dan bantuan baik materil maupun spiritual dari segenap pihak. Maka dengan ketulusan hati, Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mohammad Rizan, SE, MM. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan pengarahan dan masukan bagi peneliti dalam penyusunan Skripsi ini.
2. Bapak Agung Kresnamurti, ST, MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan dan arahan bagi peneliti dalam penyusunan Skripsi ini.
3. Bapak Drs. Dedi Purwana E. S., M.Bus. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Dr. Hamidah, SE, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Bapak Dr Gatot Nazir Ahmad S.Si., M.Si selaku Ketua Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Bapak dan Ibu orang tua tercinta atas segala bimbingan, dukungan, perhatian dan pengorbanan baik materi dan non materi untuk menyelesaikan Skripsi ini.
7. Windy Anindya Putri yang telah memberikan dukungan dan semangat, terimakasih atas semua pengertian dan kesabarannya.
8. Teman-teman Alih Program dan seseorang yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam proses Penyusunan Skripsi ini.
9. karyawan Carrefour ITC Depok yang telah memberikan bantuan kepada peneliti selama melakukan observasi.
10. Dan kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terimakasih sebanyak banyaknya.

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

Jakarta, 2015

Peneliti