

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI PADA HERO SUPERMARKET
GATOT SUBROTO**

***THE IMPACT OF MARKETING COMMUNICATION TO
PURCHASE DECISION AT HERO SUPERMARKET GATOT
SUBROTO***

**PUSPITA LIANTI PUTRI
8223098120**



**Karya Ilmiah ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

ABSTRAK

PUSPITA LIANTI PUTRI. 2009. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Membeli pada Hero Supermarket Gatot Subroto.

Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran terhadap keputusan membeli pada Hero Supermarket Gatot Subroto. Penulis mengambil judul tersebut untuk mengetahui tentang kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan Hero Supermarket Gatot Subroto dan mengetahui ada atau tidak pengaruh komunikasi pemasaran terhadap keputusan membeli pada Hero Supermarket Gatot Subroto. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan pengumpulan data melalui studi pustaka, wawancara dan kuesioner. Jenis skala yang digunakan adalah skala likert. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan penarikan sampel acak. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif dan kuantitatif dengan korelasi *product moment*.

Dari hasil penulisan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya hubungan yang positif antara komunikasi pemasaran dengan keputusan membeli pada Hero Supermarket Gatot Subroto sebesar 0,55 dan besarnya pengaruh komunikasi pemasaran yang dilakukan pada Hero Supermarket Gatot Subroto menerangkan keputusan membeli sebesar 30,25% dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 5\%$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Keputusan Membeli

ABSTRACT

PUSPITA LIANTI PUTRI. 2009. The Impact of Marketing Communication to Purchase Decision at Hero Supermarket Gatot Subroto. DIII Marketing Management Study Program. Departement of Management. Faculty of Economics. Satate University of Jakarta.

Scientific work aims to determine the impact of marketing communications to purchase decision at Hero Supermarket Gatot Subroto. The author takes the title is to know about marketing communication activities conducted Hero Supermarket Gatot Subroto and find out whether or not the impact of marketing communications to purchase decision at Hero Supermarket Gatot Subroto. The method used in this research is descriptive analysis by using data gathered through a literature study, interviews and questionnaires. Type of scale used is a Likert scale. The sampling technique used by random sampling. In this study the authors used the technique of data analysis qualitative and quantitative with product moment correlation.

From the result of this scientific work we can conclude that the presence of a positive relationship between marketing communication with purchase decision at Hero Supermarket Gatot Subroto is 0.55 and the magnitude of the impact of marketing communications in Hero Supermarket Gatot Subroto explained the purchase decision is 30.25% with a significance level 5% ($\alpha = 5\%$). Thus we can conclude that H_0 is rejected and H_1 is accepted.

Keywords : Marketing Communication, Purchase Decision

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

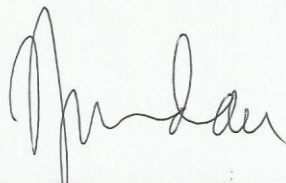
Dra. Sholikhah, MM.
NIP. 19620623 199903 2 001


.....

.....

Ketua Jurusan Manajemen

Jakarta, 18 Juli 2012
Kaprodi DIII Manajemen Pemasaran


Agung Wahyu Handaru ST, MM
NIP. 19781127 200604 1 001
Agung Kresnamurti, R.P., ST, MM
NIP. 19740416 200604 1 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN

DEKAN FAKULTAS EKONOMI - UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA



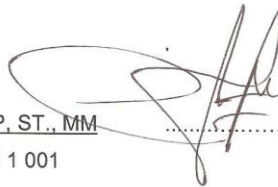
Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si

NIP. 19531002 198503 2 001

Ketua Penguji

Tanda tangan

Tanggal

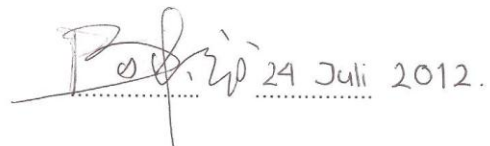


Agung Kresnamurti R.P., ST., MM

NIP. 19740416 200604 1 001

24 Juli 2012.

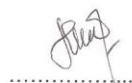
Penguji Ahli



Dra. Basrah Saidani, M.Si

NIP. 19630119 199203 2 001

Dosen Pembimbing



Dra. Sholikhah, MM

NIP. 19620623 199903 2 001

24 Juli 2012.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini.

Selama penyusunan Karya Ilmiah ini Penulis cukup banyak menghadapi kesulitan dan hambatan, namun berkat doa, usaha dan bantuan dari berbagai pihak-pihak yang telah terlibat baik secara langsung, maupun tidak langsung untuk mendapatkan berbagai data dan informasi dalam penyelesaian Karya Ilmiah ini, sehingga Penulis mampu menghasilkan Karya Ilmiah yang diharapkan.

Selain itu pada kesempatan ini, Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dorongan dan semangat dalam penyusunan Karya Ilmiah antara lain.

1. Ibu Dra. Sholikhah, MM selaku dosen pembimbing Karya Ilmiah.
2. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST., MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Agung Kresnamurti R.P, ST., MM selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan Pembimbing Akademik.

5. Bapak Albert Solihin selaku *Manager Humas External* PT. Hero Supermarket, Bapak Wahyu selaku *Store Manager* Hero Supermarket Gatot Subroto, Bapak Sulaeman, Ibu Rani dan Bapak Ari dan seluruh karyawan Hero Supermarket atas segala dukungannya dan membantu selama Penulis melakukan survei dan penyebaran kuesioner di Hero Supermarket Gatot Subroto.
6. Dosen dan staf pengajar yang telah membantu memperluas pengetahuan praktikan menempuh studi.
7. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang dan doa.
8. Rekan-rekan mahasiswa khususnya DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2009 terima kasih atas bantuan dan motivasi dari awal sampai Karya Ilmiah ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan Karya Ilmiah ini, oleh karena itu Penulis juga mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun dari pembaca sehingga dapat menambah mutu Karya Ilmiah ini.

Jakarta, Juli 2012

Penulis