

**HUBUNGAN ANTARA PERIKLANAN KOMPETITIF DENGAN  
PERPINDAHAN MEREK DARI PROVIDER LAIN KE TELKOMSEL  
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**INDAH MEGASARI  
8135087917**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA  
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2012**

**CORRELATION BETWEEN COMPETITIVE ADVERTISING AND  
BRAND SWITCHING FROM OTHER PROVIDERS TO TELKOMSEL ON  
STUDENTS OF EDUCATION BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM  
FACULTY OF ECONOMIC STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**INDAH MEGASARI  
8135087917**



**This Scientific Paper is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for Degree of  
Education at Economic Faculty, State University of Jakarta**

**STUDY PROGRAM OF EDUCATION BUSINESS ADMINISTRATION  
DEPARTEMEN OF ECONOMIC AND ADMINISTRATION  
FACULTY OF ECONOMIC  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2012**

## ABSTRAK

**INDAH MEGASARI: Hubungan Antara Periklanan Kompetitif Dengan Perpindahan Merek dari Provider Lain ke Telkomsel Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga UNJ. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juni 2012.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif antara periklanan kompetitif dengan perpindahan merek dari provider lain ke Telkomsel. Penelitian ini dilakukan selama 5 bulan terhitung sejak bulan Maret sampai Juli 2012. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga FE UNJ yang telah melakukan perpindahan merek dari provider lain ke telkomsel. Populasi terjangkaunya mahasiswa Pendidikan Tata Niaga 2008 berjumlah 40 orang. Berdasarkan tabel penentuan sampel dari Isaac dan Michael jumlah sampel dari populasi dengan sampling error 5% adalah 36 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling acak sederhana (*simple Random Sampling technique*). Rumus *Alpha Cronbach*, hasil reliabilitas Perpindahan Merek sebesar 0.885, sedangkan hasil reliabilitas Periklanan Kompetitif sebesar 0.958. persamaan regresi linear sederhana adalah  $\hat{Y} = 10.07 + 0.84X$ . Uji normalitas galat taksiran regresi atas X dengan menggunakan uji *Liliefors* dan diperoleh  $L_{hitung} = 0.1119$  dibandingkan dengan  $L_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0.05 sebesar 0.1476. maka  $L_o < L_t$ . Berarti galat taksiran Y atas X berdistribusi normal. Sedangkan uji kelinieran menghasilkan  $F_{hitung} (1,19) < F_{tabel} (3.27)$ . Dalam uji hipotesis, uji keberartian dan kelinieran regresi menggunakan Tabel Analisis Varians (ANOVA). Hasil uji keberartian regresi diperoleh  $F_{hitung} (180.61) > F_{tabel} (4.11)$ , ini membuktikan bahwa regresi berarti. Koefisien korelasi  $r_{xy}$  sebesar 0.91. Uji signifikansi koefisien dengan menggunakan uji t. Hasil yang diperoleh adalah  $t_{hitung} (12.75)$ , sedangkan  $t_{tabel}$  pada  $dk = n - 2 = 34 - 2 = 34$  dan taraf signifikansi 0.05 adalah 1.684, berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Perhitungan koefisien determinasi menghasilkan  $r_{xy}^2 = 0.91^2 = 0.81$ . Ini menunjukkan bahwa 81% variasi perpindahan merek ditentukan oleh periklanan kompetitif. Kesimpulan penelitian adalah terdapat hubungan yang positif antara periklanan kompetitif dengan perpindahan merek dari provider lain ke telkomsel Hal tersebut berarti semakin baik periklanan kompetitif, maka semakin tinggi perpindahan merek, begitu juga sebaliknya.

**Kata Kunci : Periklanan Kompetitif, Perpindahan Merek**

## **ABSTRACT**

*INDAH MEGASARI: Correlation Between Competitive Advertising with Brand Switching From Other Providers To Telkomsel On Student Of Education Business Administration Program State University of Jakarta. Thesis. Jakarta: Study Program Of Education Business Administration, Economics and Administration Department, Faculty of Economics, State University of Jakarta, in June 2012.*

*The purpose of this research is to known about the Correlation Between Competitive Advertising And Brand Switching From Other Providers To Telkomsel On Student Of Education Business Administration Program State University of Jakarta. The study was conducted over 4 months from February to June 2012. The method used is survey method approach to correlation. The population in this study were all students of Tata Commerce Education Studies Faculty of Economics, State University of Jakarta using Telkomsel. Inaccessibility is a student population of Education Business Administration 2008, amounting to 40 people. Then, based on the determination of the sample table of Isaac and Michael amount of sample from a population with a sampling error of 5% is 36 students, simple Random Sampling technique. Alpha Cronbach Formulas, The results of the reliability of brand switching for = 0885, while the reliability of Competitive Advertising = 0958. Equation of the simple linear regression give the formula of regression  $\hat{Y}=10.07+0.84X$ . The analysis conditional test proved the validation on variable Y to variabel X is normal distributed. Its proved by the calculation that used liliefors test at significant level ( $\alpha$ ) 0.05 that indicates  $L_{counted}=0.1119 < L_{table} 0.1476$ . The  $L_o < L_t$ . This means that the error estimate of Y on X is normally distributed. While the linearity test result  $F_{count} (1.19 < F_{table} (3.27)$ , this means that used linear regression models. Obtained regression test keberartian  $F_{count} (180.61) > F_{table} (4.11)$ . Test the product moment correlation coefficient  $r_{xy}$  yield of 0.91. The results obtained are t count (12.75), while the  $T_{table}$  on  $dk = n - 2 = 34 - 2 = 34$  and the 0.05 level is 1,684, meaning  $t_{count} > T_{table}$ . The calculation of the coefficient of determination yield  $r_{xy}^2 = 0.91^2 = 0.81$ . This shows that 81%. The conclusion of research show that a positive correlation between competitive advertising and brand switching from other providers to Telkomsel on Student of Economic Business Administration Program State University of Jakarta. It means if competitive advertising level is good, brand switching from other providers to telkomsel, just the opposite.*

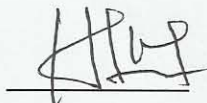
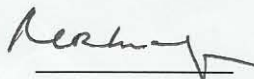
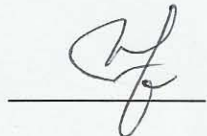

**Keywords: Competitive Advertising, Brand Switching**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENANGGUNG JAWAB  
DEKAN FAKULTAS EKONOMI



Dra. Nurahma Hajat, M.Si  
NIP. 1953 1002 1985 03 2001

	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1. Ketua	<u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 1966 1030 2000 12 1001		<u>26 Juli 2012</u>
2. Sekretaris	<u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 1953 1002 1985 03 2001		<u>26 Juli 2012</u>
3. Penguji Ahli	<u>Dra. Tjutju Fatimah, M. Si</u> NIP. 1953 1117 1982 03 2001		<u>26 Juli 2012</u>
4. Pembimbing I	<u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 1972 0617 1999 03 1001		<u>26 Juli 2012</u>
5. Pembimbing II	<u>Dra. Corry Yohana, MM</u> NIP. 1959 0918 1985 03 2011		<u>26 Juli 2012</u>

Dinyatakan **Lulus**, hari / tanggal: Selasa / 24 Juli 2012

## 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 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, Juli 2012**

**Yang membuat pernyataan**



**Indah Megasari**  
**NIM. 8135087917**

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Senyum mampu menyelesaikan banyak masalah, dan diam mampu membuat kita terhindar dari banyak masalah.*

Diam Bukanlah kelemahan, jika di iringi dengan perbuatan dan hasil nyata.

*... Sabar dalam mengatasi kesulitan dan bertindak bijaksana dalam mengatasinya adalah sesuatu yang utama.*

~

Waktu akan terasa lambat bagi mereka yang menunggu, terlalu panjang bagi yang gelisah, dan terlalu pendek bagi yang bahagia. Namun Waktu adalah keabadian bagi yang mereka mampu bersyukur.

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, shalawat serta salam teruntuk Nabi Muhammad SAW..

Bagiku amatlah sederhana kupersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tuaku ^ ( Ayahanda T opotan Nasution & Mama` qu Poniwati ) ^

Yang senantiasa memberikan do'a, support, moril maupun materil.

A dik-adikku tersayang

~(Ilda Agustini Nst, Abdul Haris Nst & Maulana Akbar Nst)~

Seorang yang kusayang yang selalu ada disaat suka maupun duka

(Bunjamin Parapat)

Seluruh teman-teman yang telah memberikan motivasi dan semangat.

~All the wonderful memories will always be stored

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat, hidayah, dan pertolongan-Nya, Sehingga memberikan kesempatan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Periklanan Kompetitif Dengan Perpindahan Merek dari Provider Lain ke Telkomsel Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Universitas Negeri Jakarta”.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak memperoleh bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE. M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini dengan ketulusan dan keiklasan serta kerendahan hatinya selalu memberikan arahan, motivasi, saran dan bimbingan sehingga terselesainya skripsi ini.
2. Ibu Dra. Corry Yohana, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Nurdin Hidayat MM, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga
4. Bapak Ari Saptono, SE, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi
5. Dra. Nurahma Hajat, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.



6. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi dan Administrasi terutama Dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah mendidik peneliti dengan penuh ketulusan.
7. Seluruh Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga yang telah berpartisipasi dalam terciptanya skripsi ini
8. Terimakasih khusus teruntuk keluarga. Atas segala cinta, kesabaran, memberikan semangat serta dukungan dan doa yang tercurah untuk ku.
9. Semua pihak yang turut membantu yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Peneliti berharap hasil penelitian ini berguna terutama bagi peneliti dan instansi terkait serta pihak-pihak yang membutuhkan sebagai persembahan peneliti. Akhirnya peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, saran, kritik, dan masukan dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

**Jakarta, Juli 2012**

**Indah Megasari**

## **DAFTAR ISI**

**vii**

vi