

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI HARGA DENGAN MINAT
BELI KONSUMEN BLITZMEGAPLEX MALL BEKASI
CYBER PARK (BCP) BEKASI PADA MAHASISWA
PENDIDIKAN TATA NIAGA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**MUHAMAD EMIL SILVAN
8135102955**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu 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
2014**

***THE CORRELATION BETWEEN PRICE PERCEPTION WITH
PURCHASE INTENTION OF BLITZMEGAPLEX MALL BEKASI
CYBER PARK (BCP) BEKASI ON UNIVERSITY STUDENT OF
COMMERCE EDUCATION, FACULTY OF ECONOMIC, STATE
UNIVERSITY OF JAKARTA***

**MUHAMAD EMIL SILVAN
8135102955**



Skripsi is Written as A Part of Bachelor Degree in Education Accomplishment

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION
ECONOMICS AND ADMINISTRATION DEPARTMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2014***

ABSTRAK

MUHAMAD EMIL SILVAN. Hubungan antara Persepsi Konsumen Tentang Harga tiket Blitzmegaplex BCP dengan Minat Beli Konsumen Pada mahasiswa pendidikan tata niaga 2010 Fakultas Ekonomi UNJ. Skripsi, Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juni 2014.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan berdasarkan data atau fakta yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, *reliable*) tentang hubungan antara Persepsi Konsumen Tentang Harga tiket Blitzmegaplex dengan minat beli konsumen pada Pada mahasiswa pendidikan tata niaga 2010 Fakultas Ekonomi UNJ Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi UNJ, selama empat bulan terhitung sejak Maret 2014 sampai dengan Juni 2014. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pendidikan tata niaga 2011 dan 2013. Populasi terjangkaunya adalah mahasiswa pendidikan tata niaga 2010 sebanyak 40. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik acak sederhana sebanyak 36 mahasiswa.

Teknik analisis data dimulai dengan mencari persamaan regresi sederhana, dimana persamaan regresi yang diperoleh adalah $\hat{Y} = 50,86 + 0,67 X$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X ($Y - \hat{Y}$) dengan uji liliefors diperoleh $L_{hitung} = 0,0651$, sedangkan L_{tabel} untuk $n = 36$ pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,157. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran regresi Y atas X ($Y - \hat{Y}$) berdistribusi normal. Uji linearitas regresi diperoleh $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $F_{hitung} = 0,67 < F_{tabel} = 2,29$, sehingga disimpulkan bahwa model persamaan regresi tersebut linier. Uji hipotesis dilakukan dengan uji keberartian regresi diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $F_{hitung} = 12,92 > F_{tabel} = 4,13$, artinya model persamaan regresi tersebut berarti. Koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson diperoleh $r_{xy} = 0,525$. Selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji-t dan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $t_{hitung} = 3,594 > t_{tabel} = 1,68$, menunjukkan koefisien korelasi signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara persepsi konsumen tentang harga dengan minat beli. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 27,53% yang menunjukkan bahwa 27,53% variasi minat beli ditentukan oleh persepsi konsumen tentang harga.

Hasil penelitian ini telah membuktikan adanya hubungan yang positif antara persepsi konsumen tentang harga dengan minat beli konsumen Blitzmegaplex BCP pada mahasiswa pendidikan tata niaga Fakultas Ekonomi UNJ.

Kata Kunci: Minat Beli, Persepsi Harga.

ABSTRACT

Muhamad EMIL Silvan. Relationship between Consumer Perception On BCP Blitzmegaplex prices with Buy Consumer Interests in the marketing education students 2010, the Faculty of Economics UNJ. Skripsi, Jakarta. Marketing Education Studies Program, Department of Economics and Administration, Faculty of Economics, State University of Jakarta, June 2014.

This study aimed to obtain information and knowledge based on data or facts right (right, true, valid) and trustworthy (dependable, reliable) about the relationship between Consumer Perception About Blitzmegaplex prices to consumers buying interest in the marketing education students 2010, Faculty of Economics UNJ. The research method used was a survey method with the correlational approach. This research was conducted at the Faculty of Economics UNJ, for four months, starting from March 2014 until June 2014. Population in this study is the marketing education students in 2011 and 2013. Population affordability is the marketing education students in 2010 as many as 40. Sampling technique used is simple random technique as many as 36 students.

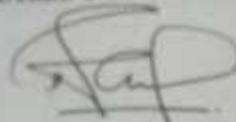
Data analysis techniques starts with finding a simple regression equation, in which the regression equation obtained was $Y = 50.86 + 0.67 X$. Test requirements analysis is the normality test on the estimated regression error Y over X ($Y - \hat{Y}$) obtained by test Liliefors $L_{hitung} = 0.0651$, whereas for $n = 36$ L_{tabel} at significant level of 0.05 is 0.157. Because $L_{hitung} < L_{tabel}$ the estimated regression error Y over X ($Y - \hat{Y}$) normal distribution. Testing linearity of regression of $F_{count} < F_{table}$ is $F_{count} = 0.67 < F_{table} = 2.29$, so it was concluded that the linear regression model. Hypothesis testing is done to test the significance of regression of $F_{count} > F_{table}$, if $F_{count} = 12.92 > F_{table} = 4.13$, meaning that the mean regression model. The correlation coefficient of Pearson Product Moment obtained $r_{xy} = 0.525$. Further test the significance of the correlation coefficient using t-test and obtained $t_{count} > t_{table}$, if $t_{count} = 3.594 > t_{table} = 1.68$, showed a significant correlation coefficient so that it can be concluded that there is a positive relationship between consumer perception of prices by buying interest. The coefficient of determination obtained by 27.53% which indicates that 27.53% variation buying interest is determined by consumer perceptions on price.

The results of this study have proved the existence of a positive relationship between consumer perception of price to consumers to buy Blitzmegaplex BCP in the marketing education students 2010, Faculty of Economics UNJ

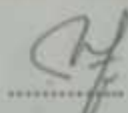
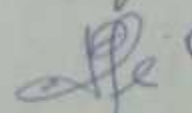
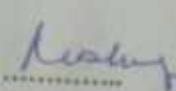
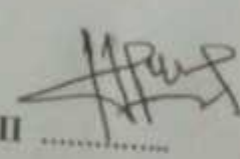
Keywords: Interests Buy, Price Perception.

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana, E.S, M.bus
NIP.196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Tjuti Fatimah, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Ketua		03/07/14
2. <u>Ryna Parlyna SE, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Sekretaris		03/07/14
3. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032001	Penguji Ahli		03/07/14
4. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Pembimbing I		03/07/14
<u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing II		03/07/14

Tanggal Lulus:.....

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah dipublikasikan 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 dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2014
Yang membuat pernyataan

Muhamad Emil Silvan
NRM. 8135102955

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim....

“Libatkan Allah dalam setiap langkahmu ”

Sebelum melakukan sesuatu bacalah bismillah dan diakhiri dengan alhamdulillah, bila kita melakukan hal apapun dengan melibatkan Allah maka yakinlah keberkahan yang akan menyertaimu.....

Berangkat dengan penuh keyakinan...

Berjalan dengan penuh keikhlasan...

Istiqomah dalam menghadapi cobaan...

*Dengan mengucap... **Alhamdulillahirabbil’alamiin,**
Shalawat serta salam tercurah kecintaan dan kerinduan pada Nabi Muhammad SAW.*

Ku persembahkan skripsi ini untuk Ibu dan Ayah, Adik, Saudara, Sahabat, Keluarga Besar SD Negeri 05 Pagi, SMP Negeri 51 Jakarta dan SMA Negeri 42 Jakarta, serta Universitas Negeri Jakarta, Para Dosen dan Guru-guruku yang terhormat

Tak lupa seluruh orang yang ku sayang dan yang menyayangiku dengan tulus.

Terima Kasih Banyak Tak Terhingga Bagi Kalian Semua...

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya skripsi ini dapat selesai tepat pada waktu yang telah ditentukan. Skripsi ini merupakan hasil dari penelitian penulis dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan, doa, motivasi dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dra. Nurahma Hajat, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang meluangkan waktunya untuk membimbing dengan penuh kesabaran, kebaikan, kelembutan hatinya, dan atas saran dan masukannya yang telah banyak membantu dalam penyusunan dan penulisan skripsi.
2. Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II dan selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. yang banyak berperan dalam memberikan bimbingan, saran, masukan, dukungan, kesabaran, dan semangat dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini.
3. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga.

4. Drs. Dedy Purwana E.S, M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ekonomi dan Administrasi khususnya Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
6. Kedua orang tua penulis, Alm Hermansyah dan Suraya, kaka dan adik M Fauzan, Abdul Hafisyah, Hury Soraya Ponti, Januar Ibnu Hajar, Rina Yusnita ponakan tercinta Farhana Rahma P dan Farhan Kamil yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materil.
7. Teman-teman Pendidikan Tata Niaga Angkatan 2010, Puja Prasetia, Laras Andiny, Putri Agustina, Yunita Amalia, Lianda R, Arief Nurohcman, Bemy catunawa, Mira F, Nyke mardotilah, Hilda Fauziah, Bobby adam, Banyu , Noerlia A, Nanda, Tri Ambarwati, Herlin Y, Marini F, Dicki Dwi Cahyo, Anisa A dan Fisi Azizah yang memberikan dukungan kepada peneliti selama masa perkuliahan menempuh jenjang S1 dan sampai proses pengerjaan skripsi selesai.
8. Terimakasih kepada Ibu Widya Parimita selaku Kepala Humas UNJ, dan terimakasih kepada team humas unj, Krisna Murti, Ibu Tami, Nurfitri, Asti Nur Afala S, Agnes Nilam, Astie, Prima, Ade Yulianti, Rian Purnama, Andre Orlando, Fajar F, Ichvan, Nurfie, Suryo hanandito, Muhamad Satrio June, Sidiq Munajad yang telah mendukung dan mendoakan peneliti selama penyusunan skripsi.

9. Terimakasih kepada teman – teman dan senior Unit Kesenian Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang telah menjadi bagian dalam proses selama perkuliahan di Universitas Negeri Jakarta

Semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan.

Jakarta, Juni 2014

Muhamad Emil Silvan