

**PENGARUH ANTARA ATRIBUT PRODUK DAN IKLAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK  
SAMYANG PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**PANGESTU RAHARJO**

**8135150533**



**Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2019**

***THE EFFECT BETWEEN PRODUCT ATTRIBUTES AND  
ADVERTISING WITH PURCHASE DECISION SAMYANG  
INSTANT NOODLES IN THE FACULTY OF ECONOMICS  
STUDENT STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**PANGESTU RAHARJO**

**8135150533**



*Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2019***

## ABSTRAK

**PANGESTU RAHARJO**, Pengaruh Antara Atribut Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie instan Merek Samyang pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, kurun waktu 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juli 2019. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh antara atribut produk dan iklan terhadap keputusan pembelian mie instan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yaitu *Purposive Sampling* sebanyak 113 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan  $\hat{Y} = 15,928 + 0,425X_1 + 363X_2$ . Uji persyaratan analisis yaitu dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat signikan ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikansi bernilai sebesar 0,065 dan *Asymp. Sig* sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linearitas regresi Y atas  $X_1$   $F_{hitung} < F_{Tabel}$  yaitu  $1,501 < 3,08$  dan uji linearitas regresi Y atas  $X_2$   $F_{hitung} < F_{Tabel}$  yaitu  $0,850 < 3,08$ , sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi Y atas  $X_1$  dan  $X_2$  menghasilkan  $F_{hitung} > F_{Tabel}$   $23,521 > 3,08$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi signifikan. Selanjutnya dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas  $X_1$   $t_{hitung} = 3,500$  dan  $t_{tabel} 1,65882$ , Y atas  $X_2$   $t_{hitung} = 2,656$  dan  $t_{tabel} 1,65882$ . Koefisien determinasi Y atas  $X_1$  dan  $X_2$  yang diperoleh sebesar 0,300 yang menunjukkan bahwa 30% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh atribut produk dan iklan

**Kata kunci: Keputusan Pembelian, Atribut Produk, Iklan**

## **ABSTRACT**

**PANGESTU RAHARJO**, *The Effect between Product Attributes and Advertising with Purchase Decision Samyang Instant Noodles in The Faculty of Economics Student State University of Jakarta*

*This research was conducted at the Faculty of Economic, State University of Jakarta. The period of 6 months from January to July 2019. The purpose of this study is The Effect between Product Attributes and Advertising with Purchase Decision Samyang Instant Noodles in The Faculty of Economics Student State University of Jakarta. The purpose of this study is to determine The Effect between Product Attributes and Advertising with Purchase Decision Samyang Instant Noodles in The Faculty of Economics Student State University of Jakarta. Sampling technique that is Purposive Sampling counted 113 people. The resulting regression equation is  $\hat{Y} = 15,928 + 0,425X_1 + 363X_2$ . Test requirement analysis that is test of normality with Kolmogorov-Smimov test with significant level ( $\alpha$ ) = 5% or 0,05 and yield significant level of Y value equal to 0,200 and Asymp. Sig sebesar 0,200. Because of the significant level of these three variables > 0.05 it can be concluded that the research data is normal distributed and can be used in subsequent research. Test linearity regression of Y over  $X_1$  produce  $F_{arithmetic} < F_{table}$  is  $1,501 < 3,08$  and linearity test regression of Y over  $X_2$  produce  $F_{arithmetic} < F_{table}$  is  $0,850 < 3,08$ , so it is concluded that, the regression equation is significant. From the significance test of Y regression over  $X_1$  and  $X_2$  generate  $F_{arithmetic} < F_{table}$  is  $23,521 > 3,08$ , so it is concluded that, the regression equation is significant. Then t test and produced and produced Y over  $X_1$   $t_{arithmetic} = 3,500$  and  $t_{tabel} 1,65882$ , Y over  $X_2$   $t_{arithmetic} = 2,656$  and  $t_{tabel} 1,65882$ . Coefficient of determination Y over  $X_1$  and  $X_2$  obtained by 0,300 indicating that 30% of purchasing decision variables are determined by product attributes and advertising*

**Keyword:** *Purchase Decision, Product Attributes, Advertising*

## LEMBAR PENGESAHAN

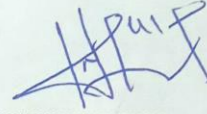

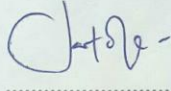

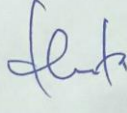
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Ketua Penguji		12 Agustus 2019
2. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Penguji Ahli		10 Agustus 2019
3. <u>Terrylina Arvinta Monoarfa S.E, M.M</u> NIDK. 8854660018	Sekretaris		12 Agustus 2019
4. <u>Dr. Corry Yohana, M.M.</u> NIP. 195909181985032011	Pembimbing I		12 Agustus 2019
5. <u>Dita Puruwita, S.Pd, M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Pembimbing II		12 Agustus 2019

Tanggal Lulus: 9 Agustus 2019

## 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 dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, 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, 31 Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Pangestu Raharjo

No. Reg. 8135150533

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmannirrahim. Alhamdulillah rabbil'alamin bersyukur kepada Allah S.W.T dan junjungan Nabi besar Muhammad S.A.W saya ucapkan karena dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, keluarga dan seluruh orang-orang disekitar saya yang telah memberikan semangat dan membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

*Innamal-mu`minunallazīna āmanū billāhi wa rasūlihī summa lam yartābu wa jāhadū bi`amwālihīm wa anfusihīm fī sabīlillāh, ulā`ika humuṣ-ṣādiqun*

*“Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar.”*

*(QS. Al Hujurat : 15)*

“BERJUANG, BERUSAHA, DAN BERDOA”

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh antara Atribut Produk dan iklan terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Samyang pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta ”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, M. M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan, dukungan, semangat, waktu, tenaga, kritik, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Dita Puruwita, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, arahan, dukungan, waktu, tenaga, kritk, saran, dan memberikan semangat yang tiada hentinya serta, memberikan ilmu pengetahuan yang dimiliki kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
3. Ryna Parylna, MBA, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Prof. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.



5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Orang tua tercinta Bapak Parsiman dan Ibu Atin Supriatin yang selalu mendukung dan mendoakan saya serta tak pernah lelah untuk mendidik sampai saat ini serta dukungan mereka baik secara materi maupun moril.
7. Kakak saya Priya Kusuma yang terus mendukung dan memberikan semangat.
8. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Bisnis Jans, Delvin, Wisnu, Aryoga, Gerry, Ade Putri, Irma, Eka Y, dan semuanya yang tidak saya bisa sebutkan satu persatu.
9. Teman-teman seperjuangan satu bimbingan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juli 2019

Pangestu Raharjo

8135150533