

**HUBUNGAN ANTARA PROMOSI PENJUALAN DENGAN
PERPINDAHAN MEREK KE *PROVIDER* 3 PADA
MAHASISWA PENDIDIKAN TATA NIAGA FAKULTAS
EKONOMI DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**SHEREN ALESANDRE AGASSIA
8135110270**



**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
2015**

**CORRELATION BETWEEN SALES PROMOTION WITH
BRAND SWITCHING TO 3 PROVIDER ON STUDENTS OF
COMMERCE EDUCATION FACULTY OF ECONOMICS AT
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**SHEREN ALESANDRE AGASSIA
8135110270**



**This Thesis is Presented to Fullfil One Of The Requirement in Holding
Bachelor Of Education Degree At Economic Faculty State University Of
Jakarta**

**COMMERCE EDUCATION STUDY PROGRAM
ECONOMIC AND ADMINISTRATION DEPARTMENT
ECONOMIC FACULTY
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2015**

ABSTRAK

SHEREN ALESANDRE AGASSIA, Hubungan Antara Promosi Penjualan dengan Perpindahan Merek Ke Provider 3 Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Jakarta. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juni 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara promosi penjualan dengan perpindahan merek ke *provider* 3 dengan menggunakan data yang empiris dan fakta yang sah, valid serta dapat dipercaya.

Penelitian ini dilakukan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, selama 4 bulan terhitung dari bulan Maret sampai bulan Juni 2015. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan populasi terjangkaunya adalah Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga angkatan 2011-2014 yang menggunakan kartu 3 sebanyak 114 orang. Sampel yang digunakan sebanyak 84 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampel acak sederhana yang diambil secara proporsional.

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 46,69 + 0,60X$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji liliefors menghasilkan $L_{hitung} = 0,0634$ sedangkan L_{tabel} untuk $n = 84$ pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,0966. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran Y atas X berdistribusi normal. Dari uji keberartian regresi menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $53,05 > 3,94$, artinya persamaan regresi tersebut signifikan. Uji linearitas regresi menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $0,73 < 1,63$, sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linear.

Koefisien korelasi yang dihitung dengan menggunakan rumus *Product Moment* dari Pearson menghasilkan $r_{xy} = 0,629$ selanjutnya dilakukan uji keberartian korelasi dengan menggunakan uji-t dan dihasilkan $t_{hitung} = 7,331$ dan $t_{tabel} = 1,658$. Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara promosi penjualan dengan perpindahan merek pada mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 39,59%, yang menunjukkan bahwa 39,59% Perpindahan Merek ditentukan oleh Promosi Penjualan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif antara Promosi Penjualan dengan Perpindahan Merek ke *Provider* 3 Pada Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Kata kunci : Perpindahan Merek, Promosi Penjualan

ABSTRACT

SHEREN ALESANDRE AGASSIA. *Correlation Between Sales Promotion and Brand Switching to 3 Provider on Students at Faculty of Economics, State University of Jakarta. Thesis, Jakarta: Commerce Education Study Program, Economics and Administration Department, Faculty of Economics, State University of Jakarta, June 2015.*

The aim of this research is to determine the correlation between sales promotion with brand switching to 3 provider by using empirical data and facts are valid, valid and reliable.

This research conducted at the Commerce Education Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, during the four months from March to June 2015. The research method used is survey method with the correlational approach. The population in this study is the all students of Commerce Education. Population of inaccessibility is the Students of Commerce Education class of 2011-2014 which uses 3 provider as many as 114 people. The sample used as many as 84 people. The sampling technique in this study is simple random sampling technique.

The equation for linear regression is $Y = 46.69 + 0.60 X$. Analysis of condition test, which is normality error test for regression approximates of X on Y with liliefors test, results in $L_{count} = 0.0634$ and L_{table} for $n = 84$ with significance of 0,05 is 0,0966, because $L_{count} < L_{table}$ then normality error test is normal distribution. Significance regression results in $F_{count} > F_{table}$, is $53.05 > 3.94$, it's mean that the regression equation is significant. And linearity regression test yield, in $F_{count} < F_{table}$ is $0.73 < 1.63$ that can be interpreted that the regression equation is linear.

The correlation coefficient is calculated using the formula of Pearson Product Moment generating $r_{xy} = 0.629$, then significance of product moment correlation is tested with t test which yield $t_{count} = 7.331$ and $t_{table} = 1.658$ at significance level of 0,05, it can be result that product moment correlation $r_{xy} = 0.629$ is significant. The coefficient of determination obtained for 39.59%, which indicates that 39.59% Against Brand Switching is determined by sales promotion.

The results of this study indicate there is a positive correlation between sales promotion with brand switching to 3 provider In the Faculty of Economics, State University of Jakarta.

Keyword : Brand Switching, Sales Promotion

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



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

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Ketua Penguji		3 Juli 2015
2. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Penguji Ahli		3 Juli 2015
3. <u>Dra. Rohyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Sekretaris		3 Juli 2015
4. <u>Dr. Corry Yohana, MM.</u> NIP. 195909181985032011	Pembimbing I		3 Juli 2015
5. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing II		3 Juli 2015

Tanggal Lulus : 1 Juli 2015

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, Juni 2015

Yang membuat pernyataan



Sheren Alesandre Agassia
NIM. 8135110270

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”. (QS. Al-Insyirah: 5-6)

“Kebanggaan Kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh”. (Confusius)

*Selalu Optimis Dalam Menjalani Hidup,
Berusaha & Berdoa*

Skripsi ini khusus saya persembahkan untuk Papa Mama tercinta, kakak tersayang dan seluruh keluarga yang senantiasa menjadi penyemangat dan selalu mendoakan dengan tulus. Serta para sahabat yang memberikan dukungan dan doa yang telah mereka berikan selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dalam persyaratan 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. Dr. Corry Yohana, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan bimbingan, saran masukan, dukungan serta semangat dalam penyusunan dan penulisan skripsi.
2. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan bimbingan, saran masukan, dukungan serta semangat dalam penyusunan dan penulisan skripsi.
3. Dra, Tjutju Fatimah, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Para Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga angkatan 2011-2014 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi serta bantuan dalam menjawab kuesioner peneliti.
6. Secara khusus untuk mama dan kakak yang selalu memberikan dukungan dan memberikan peneliti semangat untuk cepat menyelesaikan kuliah dan penyusunan skripsi ini. Serta kasih sayang dan doanya yang tulus.
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ekonomi dan Administrasi khususnya Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuannya.
8. Teman – teman Pendidikan Tata Niaga Reguler 2011 yang berjuang bersama dan saling memberikan bantuan, dukungan, doa, dan semangat selama penelitian skripsi ini.
9. Sahabat – sahabat tersayang Ratih, Rima, Wuri, Kooshardiantini, Rina, Lulu, Clarissa, Erlin, Novie, Umniyaty, Dessy, Nurwinda yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa dalam penelitian skripsi ini.

Akhir kata, Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna. Amin.

Jakarta, Juni 2015

Sheren Alesandre Agassia