

**HUBUNGAN ANTARA IKLAN DAN CITRA MEREK
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *PROVIDER* IM3
INDOSAT PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN TATA NIAGA FAKULTAS EKONOMI DI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**IRMA AULIA SEPTIANINGTYAS
8135120495**



*Building
Future
Leaders*

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

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

***THE CORRELATION BETWEEN ADVERTISEMENT AND BRAND IMAGE
WITH PURCHASE DECISION PROVIDER IM3 INDOSAT, TO COLLEGE
STUDENT COMMERCE EDUCATION STUDIES PROGRAM FACULTY OF
ECONOMICS IN STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

IRMA AULIA SEPTIANINGTYAS

8135120495



*Building
Future
Leaders*

***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
2016***

ABSTRAK

IRMA AULIA SEPTIANINGTYAS. HUBUNGAN ANTARA IKLAN DAN CITRA MEREK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PROVIDER IM3 INDOSAT PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI 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 2016.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi tentang Hubungan Antara Iklan dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian Provider IM3 Indosat pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Jakarta. Selama lima bulan terhitung Februari 2016 sampai Juni 2016. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, 65 orang.

Untuk menjarang data dari ketiga variabel digunakan kuesioner model skala likert untuk Iklan (Variabel X_1), Citra Merek (Variabel X_2), dan Keputusan Pembelian (Variabel Y). Sebelum instrumen digunakan sebelumnya dilakukan uji validitas untuk variabel X_1 , X_2 , dan Y . Untuk variabel X_1 , dari 36 butir pernyataan terdapat 29 butir pernyataan yang valid, untuk variabel X_2 , dari 27 pernyataan terdapat 22 pernyataan yang valid, sedangkan untuk variabel Y dari 30 pernyataan terdapat 24 pernyataan yang valid. Perhitungan reliabilitas ketiga variabel tersebut menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Hasil reliabilitas variabel X_1 sebesar 0,852, variabel X_2 sebesar 0,792, dan variabel Y sebesar 0,781. Hasil ini membuktikan bahwa instrumen dari ketiga variabel tersebut dapat dikatakan *reliable*.

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 2,445 + 0,632X_1 + 0,218X_2$. Dari uji keberartian regresi menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $18,857 > 3,15$ artinya persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi parsial dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} X_1-Y = 4,830$ dan $t_{tabel} = 1,66$ serta $t_{hitung} X_2-Y = 2,559$ dan $t_{tabel} = 1,66$. Koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson menghasilkan $r_{xy} = 0,615$ adalah signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 37,8% yang menunjukkan bahwa keputusan pembelian ditentukan oleh iklan dan citra merek. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *provider* IM3.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Iklan, Citra Merek

ABSTRACT

IRMA AULIA SEPTIANINGTYAS. THE CORRELATION BETWEEN ADVERTISEMENT AND BRAND IMAGE WITH PURCHASE DECISION PROVIDER IM3 INDOSAT, TO COLLEGE STUDENT COMMERCE EDUCATION STUDIES PROGRAM FACULTY OF ECONOMICS IN STATE UNIVERSITY OF JAKARTA.

Skripsi, Jakarta: Study Program of Commerce Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta, June 2016.

The research was conducted at State University of Jakarta, East Jakarta, for five months from February 2016 until June 2016.

The research method used is survey method with the correlational approach. Population in this research is students commerce education studies program of State University of Jakarta. The technique which is used in gathering the sample was purposive sampling about 65 respondents.

To capture data from these three variables are used questionnaire Likert Scale models for Advertisement (X1 Variable), Brand Image (X2 Variable) and Purchase Decision (Y Variable). Before the instrument is used tested the validity for variable X₁, X₂ and Y. For variable X₁, from 36 statements there are 29 points that valid, for variable X₂, from 27 statements there are 22 points that valid., and for variable Y, from 30 statements there are 24 points that valid. Reliability calculation of both variables using Cronbach Alpha formula. The results of the X₁ variable reliability are 0,852, the results of the X₂ variable reliability are 0,792 and the results of the Y variable reliability are 0,781. Results prove that the instrument is reliable.

The resulting regression equation is $\hat{Y} = 2,445 + 0,632X_1 + 0,218X_2$. From test significance regression produces $F_{count} > F_{table}$, which is $18,857 > 3,15$, the meaning is the regression equation is significant. Then performed the test significance correlation coefficient using the t test and the resulting $t_{count} X_1-Y = 4,830$ and $t_{table} = 1,66$, $t_{count} X_2-Y = 2,559$ and $t_{table} = 1,66$. Correlation coefficient of Pearson Product Moment generating $r_{xy} = 0,615$. It can be concluded that the correlation coefficient $r_{xy} = 0,615$ is significant. The coefficient of determination obtained for 37,8% which shows that 37,8% of the variation of purchase decision determined by advertisement and brand image.

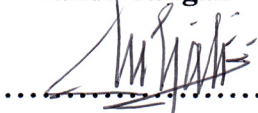
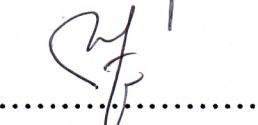
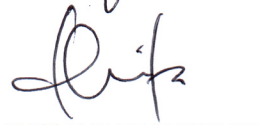
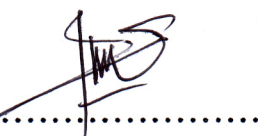
Keywords: Purchase Decision, Advertisement, Brand Image

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Dedi Purwana ES, M. Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Ketua Penguji		23 Juni 2016
2. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982032001	Penguji Ahli		30 Juni 2016
3. <u>Dita Puruwita, S.Pd, M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Sekretaris		30 Juni 2016
4. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Pembimbing I		23 Juni 2016
5. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Pembimbing II		23 Juni 2016

Tanggal Lulus : 23 Juni 2016

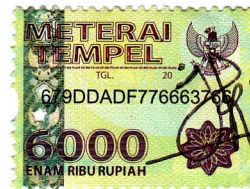
PERNYATAAN ORISINALITAS

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 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 2016

Yang membuat pernyataan



Irma Aulia Septianingtyas
No. Reg. 8135120495

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ مَسْئُولًا (الإسراء : ٣٦)

“Allah tidak menjadikan pemberian bala bantuan itu melainkan sebagai kabar gembira bagi kemenanganmu, dan agar tentram hatimu karenanya. Dan kemenanganmu itu hanyalah dari Allah”

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah”

(Thomas Alva Edison)

***“Do the best and pray,
God will take care of the rest”***

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang ada dihidupku, terutama kedua Orangtua tercinta yang selalu mendukung serta memberikan nasihat yang menjadi jembatan perjalanan hidupku

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Iklan dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian *Provider* IM3 Indosat pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di 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 terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, M.M selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu, arahan, dukungan, kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Dra. Nurahma Hajat, M.Si selaku dosen pembimbing II serta dosen pembimbing akademik yang memberikan perhatian penuh, meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis .
3. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga.

4. Dr. Dedi Purwana, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Kedua orangtua tercinta yang selalu memberikan doa yang tak pernah henti, kasih sayang dan semangat baik secara moral dan moril.
7. Kakak dan adik tersayang Funky Ady Saputra dan Nanda Yunita Ayu Sandra yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.
8. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga Reguler 2012.

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

Jakarta, Juni 2016

Irma Aulia Septianingtyas