PENGARUH EFEKTIVITAS IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI TIX ID (Studi Kasus Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta)

WAHYU TANTIANA
1702517054

Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020

THE EFFECT OF ADVERTISING EFFECTIVENESS ON PURCHASING DECISIONS IN TIX ID APPLICATION (Case Study on Students of Universitas Negeri Jakarta)

WAHYU TANTIANA
1702517054

***This Scientific Work has written to meet one of the requirements to get Title of the Ahli Madya at Faculty of Economics* Universitas Negeri Jakarta.**

MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII
FACULTY OF ECONOMIC
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020

ABSTRAK

WAHYU TANTIANA. 2020. Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi TIX ID (Studi Kasus Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Gambaran tentang efektivitas iklan dan keputusan pembelian pada aplikasi TIX ID. 2) Pengaruh efektivitas iklan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi TIX ID. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yang menggunakan kuesioner secara daring. Sampel dalam penelitian ini melibatkan 100 responden. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh efektivitas iklan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi TIX ID. Hal tersebut karena t hitung > t tabel (11,078>1,984). Besaran pengaruh efektivitas iklan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi TIX ID sebesar 55,6% berdasarkan perhitungn menggunakan R *Square*.

Kata kunci: Efektivitas Iklan, Keputusan Pembelian, Aplikasi TIX ID

ABSTRACT

Wahyu Tantiana. 2020. *The Effect Of Advertising Effectiveness On Purchasing Decisions In Tix Id Application (Case Study On Students of* Universitas Negeri Jakarta). *Marketing Management Study Program DIII. Faculty Of Economic*. Universitas Negeri Jakarta.

This scientific work aims to find out: 1) Describe the effectiveness of advertising and purchasing decisions on the TIX ID *application. 2) The effect of advertising effectiveness on purchasing decisions on the* TIX ID *application. The method used in this study is a survey method that uses online questionnaires. The sample in this study involved* 100 *respondents. The subjects in this study were students of* Universitas Negeri Jakarta.

The results of this study are the effect of advertising effectiveness on purchasing decisions on the TIX ID *application. This is because t arithmetic > t table (11,078> 1,984). The size of the effect of advertising effectiveness on purchasing decisions on the* TIX ID *application is 55.6% based on calculations using R Square.*

Keywords: Advertising Effectiveness, Purchase Decision, TIX ID *Application*

LEMBAR PEGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd

NIP. 197207152001121001

No.	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1.	Dra. Sholikhah, M.M NIP. 196206231990032001 (Ketua Sidang)		26-8-2020
2.	Agung Kresnamurti R. P. S.T., M.M NIP. 197404162006041001 (Penguji Ahli)		26-8-2020
3.	M. Edo Suryawan Suregar, S.E., M.B.A NIP. 197201252002121002 (Dosen Pembimbing)		26-8-2020

Nama : Wahyu Tantiana

No. Registrasi : 1702517054

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Tanggal Lulus : 10 Agustus 2020

PERNYATAAN ORISINILITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: Wahyu Tantiana
NIM	: 1702517054
Program Studi	: D3 Manajemen Pemasaran
Tahun Ajaran	: 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari Karya Ilmiah yang berjudul **"Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi TIX ID (Studi Kasus Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta)"** merupakan Karya Ilmiah saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya bersedia menerima sanksi yang dijatuhkan. Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam Karya Ilmiah ini atau terdapat klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, 26 Agustus 2020

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL

7C793AHF596174

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Wahyu Tantiana

PERSETUJUAN PUBLIKASI

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini,

saya: Nama : Wahyu Tantiana
NIM : 1702517054
Fakultas/Prodi : Ekonomi/ Manajemen Pemasaran
Alamat email : tantianaw@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☐ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☑ Lain-lain (Karya Ilmiah)

yang berjudul :
Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi TIX ID (Studi Kasus Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 September 2020

Penulis

(Wahyu Tantiana)

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur dipanjatkan pada Allah SWT, Tuhan yang maha pengasih dan maha penyayang. Tak lupa selawat yang selalu tercurah untuk Nabi Muhammad SAW. Berkat rahmat dan petunjuk dari Allah SWT peneliti dapat diberikan kekuatan, kesehatan, kemudahan, dan kesempatan sehingga dapat terselesaikannya penelitian ini yang berjudul Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi TIX ID (Studi Kasus Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta).

Karya ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyelesaian penelitian ini peneliti tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, bantuan, kritik, dan saran dari berbagai pihak yang terlibat langsung maupun yang tidak terlibat langsung. Oleh sebab itu peneliti dengan tulus ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Edo Siregar, SE, M.B.A. selaku dosen pembimbing karya ilmiah.
2. Dra. Sholikhah, MM. selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Ari Saptono, SE, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
4. Kedua orang tua yang telah mendoakan dan memberikan dukungan dalam proses penulisan karya ilmiah.
5. Teman-teman peneliti: Ferina Syafa Vaagna, An Nisa Rizkiana Arafah, Yana Pramia Wardani, Hayfa Izzat fariha, Rafita Maiyola, Novia

Jovanka, Sherly Dita Amanda, Winda Amalia, Shifa Nurul Anissa, dan Rizqi Dwi Sutardi

6. Seluruh teman-teman DIII Manajemen Pemasaran A 2017
7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Demikian karya ilmiah ini dibuat dengan sebaik-baiknya oleh peneliti. Semoga karya ilmiah ini memuat beragam informasi yang dapat bermanfaat. Dalam karya ilmiah ini peneliti menyadari adanya kekurangan. Oleh sebab itu, peneliti berharap mendapatkan kritik dan saran untuk memperbaiki kekurangan yang ada, sehingga karya ilmiah ini dapat berguna dengan baik.

Jakarta, 3 Juli 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
LEMBAR PEGESAHAN iii
PERNYATAAN ORISINILITAS iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR LAMPIRAN xii
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Perumusan Masalah 9
C. Tujuan dan manfaat Penelitian 9
1. Tujuan penelitian 9
2. Manfaat penelitian 9
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN METODOLOGI PENELITIAN 11
A. Kajian Teoritis 11
1. Keputusan pembelian 11
2. Efektivitas iklan 18
3. Penelitian terdahulu 26
B. Kerangka Berpikir 29
C. Metodologi Penulisan 30
1. Tempat dan waktu penelitian 30
2. Metode penentuan responden 30
3. Operasionalisasi variabel penelitian 32
4. Metode penelitian 34
BAB III PEMBAHASAN 40
A. Deskripsi Kasus 40
B. Analisis Kasus 40

1.Uji instrumen.....40
2.Data responden.....42
3.Analisis deskriptif 50
4.Uji asumsi klasik 64
5.Uji regresi sederhana 66
6.Uji hipotesis 67
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN 69
A.KESIMPULAN.....69
B. SARAN.....70
DAFTAR PUSTAKA 71
LAMPIRAN.....75

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	26
Tabel II.2	Operasionalisasi Variabel	33
Tabel II.3	Skala Likert	35
Tabel II.4	Klasifikasi Skor Analisis Deskriptif	36
Tabel III.1	Hasil Uji Validitas	41
Tabel III.2	Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel III.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel III.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel III.5	Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas	45
Tabel III.6	Klasifikasi Responden Berdasarkan Semester	46
Tabel III.7	Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili	48
Tabel III.8	Klasifikasi Responden Berdasarkan Suku	49
Tabel III.9	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Efektivitas Iklan	50
Tabel III.10	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel III.11	Hasil Uji Normalitas *Kolmogorove-Smirmov*	65
Tabel III.12	Hasil Uji Linearitas	66
Tabel III.13	Tabel *Coefficients*	66
Tabel III.14	Tabel *Model Summary*	68

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar I.1	Jumlah Bioskop dan Layar Tahun 2017-2019	2
Gambar I.2	Data Penonton Bioskop 2015-2019	3
Gambar I.3	Genre Film Indonesia Tahun 2018	4
Gambar I.4	Rata-rata Waktu Harian Menggunakan Media	5
Gambar I.5	Aplikasi TIX ID Pada Play Store	8
Gambar II.1	Kerangka Berpikir	30
Gambar III.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Gambar III.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	44
Gambar III.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Fakultas	45
Gambar III.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Semester	47
Gambar III.5	Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili	48
Gambar III.6	Klasifikasi Responden Berdasarkan Suku	49
Gambar III.7	Uji Normalitas P Plot	65

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	75
Lampiran 2	Screening	76
Lampiran 3	Petunjuk Pengisian	78
Lampiran 4	Data Responden	81
Lampiran 5	Hasil Uji Instrumen	84
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik	90
Lampiran 7	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana dan Uji Hipotesis	92