

**HUBUNGAN ANTARA SIKAP TERHADAP IKLAN DENGAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM MAGNUM PADA
WARGA RW 22 KELURAHAN PENGASINAN KECAMATAN
RAWALUMBU KOTA BEKASI**

**VIERTHY CEYARA
8105090296**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATANIAGA
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2014**

***THE CORRELATION BETWEEN ATTITUDE TOWARD
ADVERTISING WITH PURCHASE DECISION OF MAGNUM
ICE CREAM AT DISTRICT 22 PENGASINAN RAWALUMBU
BEKASI***

**VIERTHY CEYARA
8105090296**



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

VIERTHY CEYARA. Hubungan Antara Sikap Terhadap Iklan Dengan Keputusan Pembelian Es Krim Magnum Pada Warga RW 22 Kelurahan Pengasinan, Kecamatan Rawalumbu, Kota Bekasi. Skripsi, Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Januari 2014.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif antara sikap terhadap iklan dengan keputusan pembelian es krim Magnum pada warga RW 22 Pengasinan, Rawalumbu, Kota Bekasi.

Penelitian ini dilakukan selama empat bulan terhitung sejak bulan Agustus 2013 sampai dengan bulan November 2013. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga RW 22 Pengasinan, Rawalumbu, Kota Bekasi yang membeli dan mengkonsumsi es krim Magnum. Sedangkan populasi terjangkau adalah warga RT 06/22 sebanyak 53 warga sesuai dengan karakteristik populasi. Berdasarkan tabel penentuan sampel dari Isaac dan Michael dapat diambil sampel sebanyak 48 orang warga dari jumlah populasi terjangkau.

Dari hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi linier sederhana $\hat{Y} = 57,53 + 0,60X$. Uji persyaratan analisis untuk menguji normalitas galat taksiran regresi Y atas X menunjukkan bahwa galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Hal ini dibuktikan oleh perhitungan yang menunjukkan bahwa $L_{hitung} (0,1269) < L_{tabel} (0,1279)$ dengan menggunakan Uji Liliefors pada taraf signifikan (α) = 0,05.

Dalam uji keberartian dan kelinieran regresi menggunakan Tabel Analisis Varians (ANAVA). Hasil uji keberartian regresi diperoleh $F_{hitung} = 13,15 > F_{tabel} = 4,05$ yang menyatakan regresi berarti. Hasil uji linieritas regresi diperoleh $F_{hitung} = 2,16 < F_{tabel} = 2,19$ yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan adalah linier.

Koefisien korelasi yang dihitung dengan menggunakan rumus *Product Moment* menghasilkan r_{XY} sebesar 0,471 sedangkan hasil dari uji signifikansi diperoleh t_{hitung} sebesar 3,626 dan t_{tabel} sebesar 1,68. Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara sikap terhadap iklan dengan keputusan pembelian es krim Magnum pada warga RW 22 Pengasinan, Rawalumbu, Kota Bekasi. Perhitungan koefisien determinasi menunjukkan 22,23% variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X.

Kesimpulan penelitian adalah terdapat hubungan yang positif antara sikap terhadap iklan dengan keputusan pembelian es krim Magnum pada warga RW 22 Pengasinan, Rawalumbu, Kota Bekasi. Hal tersebut berarti semakin baik sikap konsumen terhadap iklan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian es krim Magnum pada warga RW 22 Pengasinan, Rawalumbu, Kota Bekasi.

ABSTRACT

VIERTHY CEYARA. *Correlation Between Attitude Toward Advertising With Purchase Decision of Ice Cream Magnum at District 22 Pengasinan, Rawalumbu, Bekasi. Script. Jakarta: Study Program of Commerce Education, Economic And Administration Department, Economic Faculty, State University of Jakarta. January 2014.*

The aim of this research is to find the possibility a positive correlation between Attitude Toward Advertising With Purchase Decision of Ice Cream Magnum at District 22 Pengasinan, Rawalumbu, Bekasi.. The period of this research was four months since August 2013 until November 2013. This research used survey methods by correlation approach. The population of this research were all society district Ice Cream Magnum at District 22 Pengasinan, Rawalumbu, Bekasi who buy and consumption ice cream Magnum. While the society population at affordable were neighborhood 6 as many as 53 people in accordance with the characteristics of the population. From those population at affordable is taken 48 people for sample.

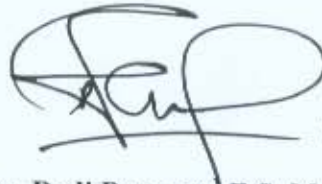
Equation of the simple linear regression give the formula of regression $\hat{Y} = 57,53 + 0,60X$. Test analysis conditional test proved the validation on variabel Y to variable is normal distributed. It is proved by the calculation that used Liliefors test at significant level (α) = 0,05 that indicates $L_{count} (0.1269) < L_{table} (0.1279)$.

The correlation coefficient is counted by Product Moment formula by Pearson indicates $r_{xy} 0.471$. While the results of correlation coefficient significant test indicates $t_{count} = 3,626$ and $t_{table} = 1,68$. Because the result shows $t_{count} > t_{table}$, the research indicates there is a significant correlation between attitude toward advertising with purchase decision of ice cream Magnum at District 22 Pengasinan, Rawalumbu, Bekasi. The count of determination coefficient test indicates 22,23% the variance of variable Y is determined by variable X.




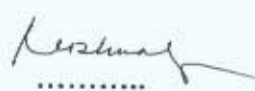
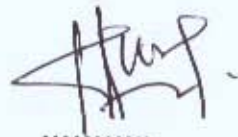
The conclusion of research shown that a positive correlation attitude toward advertising with purchase decision of ice cream Magnum at District 22 Pengasinan, Rawalumbu, Bekasi.. It means the better attitude toward advertising offered, the higher the purchase decision of ice cream Magnum at District 22 Pengasinan, Rawalumbu, Bekasi.

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. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982932001	Ketua		27 Januari 2014
2. <u>Rina Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Sekretaris		27 Januari 2014
3. <u>Dra. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Penguji Ahli		27 Januari 2014
4. <u>Dra. Nurahma Hajat, M. Si</u> NIP. 195310021985032001	Pembimbing I		27 Januari 2014
5. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing II		27 Januari 2014

Tanggal Lulus 27 Januari 2014

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 pernah 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, Januari 2014

Yang membuat pernyataan



Vierthy Ceyara

Noreg: 8105090296

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Ketika ada orang lain yang tidak menyukai dirimu itu pertanda ia cemburu akan kelebihan yang kamu miliki dan menginginkan dirimu jatuh...”

“Ketika orang lain tidak percaya akan keberhasilanmu maka dirimu sendirilah yang harus percaya bahwa kamu dapat mencapai keberhasilanmu...”

*No matter how talented you are, not everybody is going to like you
But that's life, just stay strong*

~Justin Bieber~

*“ Jadilah yang unik tetapi terlihat luar biasa
Daripada menjadi sempurna tetapi terlihat biasa saja...”*

*You are all worthy no matter what anyone says
Be strong God is with us all
My Bieber changed my life
I will forever be grateful*

BELIEVE & NEVER SAY NEVER

Alhamdulillahrabbi'alamiin...

Dengan mengucapkan Shalawat serta salam tercurah kecintaan dan kerinduan pada Nabi Muhammad SAW

Ku persembahkan skripsi ini untuk Ayah, Mama, Kakak, Para Dosen yang terhormat, dan Keluarga Besar Universitas Negeri Jakarta, serta seluruh orang yang ku sayang dan yang menyayangiku dengan tulus

Terima Kasih Banyak Tak Terhingga atas Doa dan Dukungan kalian...

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat-Nya skripsi ini dapat selesai tepat pada waktu yang telah ditentukan. Skripsi ini merupakan hasil dari penelitian penulis serta sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam menyelesaikan laporan ini banyak pihak yang telah membantu praktikan. Maka, dalam kesempatan ini praktikan mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dra. Nurahma Hajat, M. Si., selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam mengolah data pada penulisan skripsi ini.
3. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga.
4. Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Drs. Dedi Purwana E. S., M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Ketua RW 22, Ketua RT 1 – 6, serta seluruh warga RW 22 Kelurahan Pengasinan, Kecamatan Rawalumbu, Kota Bekasi yang telah memberikan

ijin dan menyediakan waktunya untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian.

7. Orang tua dan kakak penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materil.
8. Teman-teman Pendidikan Tata Niaga angkatan 2009 khususnya yang memberikan dukungan kepada penulis.
9. Teman-teman Universitas Negeri Jakarta yang selalu memberikan inspirasi bagi penulis.
10. Para sahabat yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis.
11. Semua pihak yang turut membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

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, Januari 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR MOTTO DAN PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Pembatasan Masalah	10
D. Perumusan Masalah	10
E. Kegunaan Penelitian	11
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA BERFIKIR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	
A. Deskriptif Teoretis	12
1. Keputusan Pembelian	12
2. Sikap Terhadap Iklan	18
B. Kerangka Berfikir	33
C. Perumusan Hipotesis.....	36
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tujuan Penelitian	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian	37
1. Tempat Penelitian	37
2. Waktu Penelitian	38
C. Metode Penelitian	38
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	39
E. Instrumen Penelitian	40
1. Keputusan Pembelian	40
a. Definisi Konseptual	40
b. Definisi Operasional	40
c. Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian	41
d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian	44
2. Sikap Terhadap Iklan	46
a. Definisi Konseptual	46
b. Definisi Operasional	46

c. Kisi-Kisi Instrumen Sikap Terhadap Iklan	47
d. Validasi Instrumen Sikap Terhadap Iklan	49
F. Konstelasi Hubungan Antara Variabel	51
G. Teknik Analisis Data	52
1. Mencari Persamaan Regresi	52
2. Uji Persyaratan Analisis	53
a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X	53
b. Uji Linearitas Regresi	53
3. Uji Hipotesis	54
a. Uji Keberartian Regresi	54
b. Perhitungan Koefisien Korelasi	56
c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi	56
d. Perhitungan Koefisien Determinasi	57
 BAB IV. HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Data	58
1. Keputusan Pembelian	58
2. Sikap Terhadap Iklan	62
B. Analisis Data	65
1. Persamaan Garis Regresi	65
2. Pengujian Persyaratan Analisis	66
a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X	66
b. Uji Linearitas Regresi	67
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	67
C. Interpretasi Hasil Penelitian	70
D. Keterbatasan Penelitian	70
 BAB V. KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
A. Kesimpulan	71
B. Implikasi	72
C. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN – LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1 Data Hasil Survey	39
Tabel III.2 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Y	42
Tabel III.3 Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian.....	43
Tabel III.4 Kisi-Kisi Instrumen Variabel X	47
Tabel III.5 Skala Penilaian Instrumen Sikap Terhadap Iklan	48
Table III.6 Daftar Analisis Varians Untuk Uji Keberartian dan Linearitas Regresi	55
Tabel IV.1 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian	60
Tabel IV.2 Rata-Rata Hitung Skor Dimensi Keputusan Pembelian	61
Tabel IV.3 Rata-Rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian	62
Tabel IV.4 Distribusi Frekuensi Sikap Terhadap Iklan	63
Tabel IV.5 Rata-Rata Hitung Skor Indikator Sikap Terhadap Iklan	64
Tabel IV.6 Rata-Rata Hitung Skor Indikator dan Sub Indikator Sikap Terhadap Iklan.....	65
Tabel IV.7 Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran	67
Tabel IV.8 Anava Untuk Keberartian dan Linieritas Persamaan Regresi Fitur produk dengan Keputusan pembelian $\hat{Y} = 22,41 + 0,4 X$...	68
Tabel IV.9 Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi Sederhana antara X dan Y	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	15
Gambar IV.1 Grafik Histogram Keputusan Pembelian	61
Gambar IV.2 Grafik Histogram Sikap Terhadap Iklan	64
Gambar IV.3 Persamaan Garis $\hat{Y} = 22,41 + 0,4 X$	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	: Permohonan Izin Penelitian.....	76
Lampiran 2	: Surat Persetujuan Penerimaan Skripsi	77
Lampiran 3	: Instrumen Uji Coba Keputusan Pembelian	84
Lampiran 4	: Skor Uji Coba Instrumen Variabel Y	86
Lampiran 5	: Perhitungan Analisis Butir ke-1 Variabel Y	87
Lampiran 6	: Data Perhitungan Validitas Variabel Y	88
Lampiran 7	:	89
Lampiran 8	:	89
Lampiran 9	: Data Hasil Uji Coba Realiabilitas Variabel Y	91
Lampiran 10	: Instrumen Uji Coba Sikap Terhadap Iklan.....	92
Lampiran 11	: Skor Uji Coba Instrumen Variabel X.....	93
Lampiran 12	: Perhitungan Analisis Butir ke-1 Variabel X.....	93
Lampiran 13	:	94
Lampiran 14	:	95
Lampiran 15	:	95
Lampiran 16	: Data Hasil Uji Coba Realiabilitas Variabel X	96
Lampiran 17	: Instrumen Final Keputusan Pembelian.....	97
Lampiran 18	: Instrumen Final Sikap Terhadap Iklan	98
Lampiran 19	: Data Mentah Variabel X.....	99
Lampiran 20	: Data Mentah Variabel Y.....	100
Lampiran 21	: Skor Data Mentah Variabel X dan Y	101
Lampiran 22	: Rekapitulasi Skor Total Instrumen	102

Lampiran 23	: Perhitungan Rata-Rata, Varians, & Simpangan Baku	103
Lampiran 24	: Tabel Perhitungan Rata-Rata, Varians, & Simpangan Baku X & Y	104
Lampiran 25	: Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y	105
Lampiran 26	: Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X	106
Lampiran 27	: Grafik Histogram Variabel Y	107
Lampiran 28	: Grafik Histogram Variabel X	108
Lampiran 29	: Perhitungan Uji Linearitas dengan Persamaan Regresi Linier	109
Lampiran 30	: Tabel Untuk Menghitung $\hat{Y} = a + bX$	110
Lampiran 31	: Grafik Persamaan Regresi	111
Lampiran 32	: Tabel Perhitungan Rata-Rata, Varians, & Simpangan Baku	112
Lampiran 33	: Perhitungan Rata-Rata, Varians, & Simpangan Baku	113
Lampiran 34	: Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Y atas X	114
Lampiran 35	: Langkah Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran	115
Lampiran 36	: Perhitungan JK Galat	116
Lampiran 37	: Perhitungan Uji Keberartian Regresi	117
Lampiran 38	: Perhitungan Uji Kelinieran Regresi	118
Lampiran 39	: Tabel ANAVA Untuk Uji Keberartian & Uji Kelinieran Regresi	119
Lampiran 40	: Perhitungan Koefisien Korelasi Product Moment	120
Lampiran 41	: Perhitungan Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)	121

Lampiran 42 : Perhitungan Koefisien Determinasi	122
Lampiran 43 : Perhitungan Indikator yang Dominan Variabel X	123
Lampiran 44 : Perhitungan Dimensi yang Dominan Variabel Y	124
Lampiran 45 : Daftar Nama Responden	125