

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN PERIKLANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI
KONSUMEN DETERJEN PAKAIAN SO KLIN DI TIP-TOP
RAWAMANGUN JAKARTA)**

**GHASSANY HASYATI
8215062694**



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

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2011**

**THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION AND
ADVERTISING TOWARD PURCHASING DECISION
(SURVEY OF SO KLIN DETERGENT'S CONSUMER AT
TIP-TOP RAWAMANGUN JAKARTA)**

**GHASSANY HASYATI
8215062694**



Skripsi is written as part of Bachelor Degree in Economics Accomplishment

**Study Program Of Management
Departement Of Management
Faculty Of Economic
State University of Jakarta
2011**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi**

**Dra. Nurahma Hajat, M.Si
NIP. 195310021985032001**

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 19570221 198503 2002	Ketua
2.	<u>Dra Basrah Saidani, M.Si</u> Sekretaris NIP. 19630119 199203 2001
3.	<u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> Penguji Ahli NIP. 19720619 199903 1001
4.	<u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM.</u> Pembimbing 1 NIP. 19720627 200604 1001
5.	<u>Agung Kresnamurti, ST, MM</u> Pembimbing 2 NIP. 19740416 200604 1001

Tanggal Lulus : 12 Juli 2011

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, 12 Juni 2011
Yang membuat pernyataan
Materai Rp. 6.000,00

Ghassany Hasyati
8215062694

ABSTRAK

Ghassany Hasyati, 2011: Pengaruh Persepsi Harga dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian (Survei Konsumen Deterjen So Klin di Tip-Top Rawamangun Jakarta). Pembimbing: Dr. Mohamad. Rizan, SE, MM., Agung Kresnamurti, ST, MM.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan mengenai harga, periklanan dan keputusan pembelian, serta memperoleh bukti empiris dan menguji variabel harga dan periklanan yang mempengaruhi keputusan pembelian deterjen pakaian So Klin. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Deterjen Pakaian So Klin yang berbelanja di Tip-Top Rawamangun Jakarta. Variabel penelitian dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu harga dan periklanan sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Data yang diperoleh dalam penelitian menggunakan metode *non-probability sampling* dan analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi berganda dengan menggunakan alat bantu program SPSS 16.0. Hasil dalam penelitian secara simultan menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan periklanan terhadap keputusan pembelian. Besarnya kontribusi harga dan periklanan terhadap keputusan pembelian adalah 42,9% dan sisanya sebesar 57,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Secara parsial harga memiliki hubungan yang signifikan dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ sehingga harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Periklanan memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga periklanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa harga dan periklanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian deterjen pakaian So Klin, dengan nilai F-hitung sebesar 53,347 dimana lebih besar dari F-tabel yaitu 3,060.

Kata kunci: Harga, Periklanan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Ghassany Hasyati, 2011: The Influence of Price Perception and Advertising Toward Purchasing Decision (Survey of So Klin Detergent's Consumer at Tip-Top Rawamangun Jakarta). Advisory Team: Dr. Mohamad. Rizan, SE, MM., Agung Kresnamurti, ST, MM.

The purpose of this research is to clearly describe about price, advertising and purchasing decision and to obtain empirical evidence and test the price and advertising variables that influence the purchasing decision of So Klin detergent. Sample of this research is the consumer of So Klin detergent who shops in Tip-Top Rawamangun Jakarta. This research using two variables as independent variable, which is: price and advertising and purchasing decision as dependent variable. To obtain data, this research is using non-probability sampling and to analyze data this research using descriptive statistics and multiple regression analysis with SPSS 16.0 as software tool to finish this research. The results show, in simultant ways the influence from price and advertising to purchasing decision is significant, which is about 42,9% has influence and the rest 57,1% influenced or explained by other factors that is not included in this research model. From partial view price has significant influence with signification value of $0,001 < 0,05$ so that price has positive influence to purchasing decision. Advertising has an influence to purchasing decision, with signification value of $0,000 < 0,05$ so advertising has an influence toward purchasing decision. Based on the result of this research we can conclude that together price and advertising are significantly influencing purchasing decision with an F value of 53,347, higher than F -table which is only 3,060.

Key words: Price, Advertising, Purchasing Decision.