

ABSTRAK

Persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat, ditandai dengan dimulainya MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) membuat para pelaku pasar harus memikirkan hal yang kreatif agar dapat menang dalam persaingan yang semakin kompleks. Iklan menjadi salah satu elemen yang berpengaruh untuk menang dalam persaingan di pasar. PT Tokopedia adalah salah satu perusahaan yang menggunakan jasa periklanan dalam menjalankan bisnisnya, tapi belum ada penelitian yang membuktikan apakah periklanan PT Tokopedia menumbuhkan minat beli konsumen..Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas peiklanan PT Tokopedia, terhadap minat beli konsumen PT Tokopedia. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* .Sampel yang digunakan adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang pernah melihat iklan Tokopedia. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa periklanan berpengaruh terhadap minat beli sebesar 18,70%.

Kata kunci : periklanan , minat beli



ABSTRACT

Competition in the business world that is more intense, marked with the commencement of MEA make market participants should be thinking to win in a competition. Advertising be one of the elements that influential to win in competition in the market .PT Tokopedia is one of a company use the advertising in running business, but there is no research verify whether advertising PT Tokopedia grow interest in buying consumers. The purpose of this research is to know the effectiveness of advertising toward consumers purchase intention PT Tokopedia . A method of the sample used is non probability of sampling to technique purposive sampling. Sample used was a student's Economics Faculty, Maranatha Christian University who has ever seen the advertising Tokopedia. Data analysis used in this study is a simple regression model. The results showed that the advertising effect on buying interest at 18.70%.

Keywords: advertising, purchase intention.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4

1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
 BAB II.....	6
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS.....	6
2.1. Kajian Pustaka.....	6
2.1.1. Pemasaran.....	6
2.1.2. Manajemen Pemasaran	6
2.1.3. Bauran Pemasaran.	7
2.1.4. Bauran Promosi.....	10
2.1.5. Periklanan.....	11
2.1.5.2. Tujuan Periklanan.....	12
2.1.6 Perilaku Konsumen	15
2.1.7. Proses Pengambilan Keputusan.....	16
2.1.8 Minat Beli	18
2.2. Riset Empiris	20
2.3. Rerangka Teoritis.....	22

2.4. Rerangka Pemikiran.....	23
2.5. Pengembangan Hipotesis.....	24
 BAB III.....	 25
METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.1.1. Populasi, Sampel Penelitian.....	25
3.2 Definisi Operasional Variable.....	27
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4 Teknik Analisis Data	30
3.5 Uji Validitas	31
3.6 Uji Reliabilitas	32
3.7 Uji Normalitas.....	32
3.8 Uji Heteroskedastisitas.....	33
 BAB IV	 34
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34

4.1 Hasil Penelitian	34
4.1.2 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	37
4.1.2.1. Hasil Uji Validitas.....	37
4.1.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	41
4.1.3.1 Hasil Uji Normalitas	41
4.1.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	42
4.1.4 Analisis Data.....	45
4.1.5 Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	46
4.1.5.1 Hasil Uji F (Anova).....	46
4.2 Pembahasan.....	50
BAB V	51
KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	55
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	16
Gambar 2.2 Rerangka Teoritis	22
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran	23



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Tabel Dov	27
Tabel 4.1 Tabel Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3 Tabel Karakteristik Berdasarkan Jurusan	36
Tabel 4.4 Tabel Karakteristik Berdasarkan Pernah Melihat Iklan	37
Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Validitas Akhir.....	45
Tabel 4.6 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.7 Tabel Hasil Uji Normalitas.....	42
Tabel 4.8 Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
Tabel 4.9 Tabel Coefficients Regresi Linier Sederhana.....	45
Tabel 4.10 Tabel Anova	47
Tabel 4.11 Tabel Model Summary	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	55
Lampiran B Data Frequencies.....	58
Lampiran C Validitas.....	59
Lampiran D Reliabilitas	66
Lampiran E Asumsi Klasik	69

