SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhamad Iqbal Djibran

Nim : 931 412 169

Program Studi : S1 Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan judul "Pengaruh Harga Dan Periklanan Terhadap Perilaku Konsumen" merupakan hasil karya sendiri dan bukan plagiat Skripsi orang lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah, etika penulisan ilmiah dan buku pedoman penulisan karya ilmiah Univrsitas Negeri Gorontalo.

Bila dikemudian hari ditemukan seluruh/sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri, terdapat plagiat dalam bagian-bagian tertentu,maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan Gelar Akademik yang saya sandang dan sangsi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat penyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa tekanan dari pihak manapun.

orontalo, Juni 2016

amad Iqbal Djibran

NIM : 931 412 169

PERSETUJUAN PEMBIBIMBING

PENGARUH HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP
PERILAKU KONSUMEN PADA TOKO BIN YUSUF GORONTALO

Oleh :

MUHAMAD IQBAL DJIBRAN
NIM : 931 412 169

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I :

Dr.Hapsawati Taan, ST.,MM
NIP . 19760201 200501 2 004

Pembimbing II :

Ramlan Amir Isa, SE.,MM
NIP . 19750828 200604 1 018

Mengetahui:
Ketua Jurusan Manajemen

Hais Dama, SE.,M.Si
NIP . 19730305 200212 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA TOKO BIN YUSUF GORONTALO

Oleh :

MUHAMAD IQBAL DJIBRAN
NIM : 931 412 169

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Senin, 27 Juni 2016
Waktu : 12.00 s/d 14.00
Penguji :

1. **Dr. Abdul Rahman Pakaya.,M.Si** 1.....
2. **Dr. Zainal Abidin Umar.,M.Si** 2.....
3. **Dr. Hapsawati Taan,ST.,MM** 3.....
4. **Ramlan Amir Isa,SE.,MM** 4.....

Gorontalo, Juni 2016

DEKAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO

Dr. Hamzah Yunus,S.Pd., M.Pd
NIP . 19600223 198603 1 004

ABSTRAK

Muhamad Iqbal Djibran, NIM. 931 412 169 . Pengaruh Harga dan Periklanan Terhadap Perilaku Konsumen Pada Toko Bin Yusuf. Program Studi Sarjana Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I, Dr.Hapsawati Taan ST., MM., dan Pembimbing II, Ramlan A. Isa, SE., MM.

Tujuan penelitian (1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga terhadap perilaku konsumen, (2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh periklanan terhadap perilaku konsumen, (3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara simultan harga dan periklanan terhadap perilaku konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *sampling insidental.* Metode *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/ *insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Adapun alat analisis yang digunakan adalah model matematis Regresi Linear Berganda dengan program *SPSS 16,0*. Populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen Toko Bin Yusuf.

Adapun hasil dari Uji t variabel harga berpengaruh signifkan terhadap perilaku konsumen dilihat dari t_{hitung} (8.094) > t_{tabel} (1,661), sedangkan variabel periklanan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dilihat dari t_{hitung} (2,015)> t_{tabel} (1,661). Berdasarkan nilai f_{hitung} > f_{tabel} yaitu sebesar 49.182 > 3.19 dengan p-value (nilai sig.) sebesar 0.000. Nilai ini jauh lebih kecil dari 0,05 yang berarti berpengaruh secara simultan. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai r^2 sebesar 0,503 Nilai ini berarti bahwa sebesar 50.3% variabilitas mengenai Perilaku Konsumen dapat diterangkan oleh variable-variabel bebas dalam model (Harga dan Periklanan) sedangkan sisanya 49.7% dipengaruhi oleh variabel lain

Kata Kunci: Harga,Periklanan dan Perilaku Konsumen

ABSTRACT

Muhamad Iqbal Djibran, Student Id. 931 412 169. The Effect of Price and Advertising towards Costumers' Behavior at Bin Yusuf Store. Bachelor Study Program of Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The Principal Supervisor is Dr. Hapsawati Taan, ST., MM., and the Co-supervisor is Ramlan A. Isa, SE., MM.

This research aimed at (1) finding out the effect of price towards costumer's behavior, (2) finding out the effect of advertising towards costumers' behavior, and (3) finding out the simultaneous effect of price and advertising toward costumers' behavior. The research method is quantitative method. Sampling method used accidental sampling method. Accidental sampling method is sampling technique based on accidental action, which means anyone by accident meets the researcher could be the sample, if it is thought that the person fits as the data source. The analysis tool used mathematical model of multiple linear regression with SPSS 16,0 program. The population in this research were all costumers of Bin Yusuf Store.

The result of t test reveals that price variable significantly affects the costumers' behavior which is seen from t_{count} (8.094) > t_{table} (1,661), while advertising variable significantly affects the costumers' behavior which is seen from t_{count} (2,015) > t_{table} (1,661). It is showed that f_{count} value > f_{table} which is 49.182 > 3.19 with p-value (sig. value) is 0.000. This value is smaller than 0,05 which means that it simultaneously affects. Based on determination coefficient calculation, it gains R Square value as 0,503. This value means that 50.3% of variability of costumers' behavior can be defined by independent variables on (price and advertising) models meanwhile 49.7% as the rest is affected by the other variable.

Keywords: Price, Advertising and Costumers' Behavior