

**PENGARUH PESAN PERSUASIF TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
PADA MINAT BELI PRODUK SOFTWARE MICROSOFT ORIGINAL**

SKRIPSI



Nama : Endah Priyatin

Nim : 43114110003

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA**

JAKARTA

2020

**PENGARUH PESAN PERSUASIF TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
PADA MINAT BELI PRODUK SOFTWARE MICROSOFT ORIGINAL**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Nama : Endah Priyatin
Nim : 43114110003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang Bertanda Tangan dibawah ini :

Nama : Endah Priyatin

Nim : 43114110003

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS Jakarta, 20 Agustus 2020
MERCU BUANA



Endah Priyatin

Nim: 43114110003

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Endah Priyatin
Nim : 43114110003
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Pesan Persuasif Terhadap Perilaku Konsumen
Pada Minat Beli Produk Software Microsoft Original.

Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,



Dr. Rina Astini, SE.,MM.

Tanggal : 5 Januari 2020

Ketua Penguji,



Dr. Yuli Harwani.,MM

Tanggal : 30 Desember 2020

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Harnoviansah, AK.,M.Si.,CA

Tanggal : 12 Februari 2021

Ketua Program Studi S1
Manajemen,



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal : 12 Februari 2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pesan persuasif dengan pendekatan resiko terhadap minat beli *software Microsoft* original pada mahasiswa Universitas Mercu Buana. Desain penelitian ini menggunakan metode kuasi eksperimen dengan *post test design*. Responden penelitian ini terdiri dari 52 responden yang terdiri dari 26 responden kelompok eksperimen dan 26 responden kelompok kontrol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pesan persuasif dengan pendekatan resiko terhadap minat beli dengan nilai signifikansi 0.000. Adapun besaran pengaruh pesan persuasif dengan pendekatan resiko sebesar 41%. Penelitian ini merupakan penelitian pendahuluan, dibutuhkan penelitian selanjutnya untuk meningkatkan literasi dari pesan persuasif itu sendiri.

Kata Kunci: pesan persuasif, pendekatan resiko, minat beli, dan kuasi eksperimen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of persuasive message through the approach of risk at students' of Mercu Buana University intention. The method design of this research uses an experiment quasi method on post test design. The research was conducted on 52 participants of the Mercu Buana University students and consisted of two groups, the experimental group and the control group, each of group 26 participants. The test results of the independent sample t-test state that there is an effect of f persuasive risk message on purchase intention with a significance value of 0.000. The influence of persuasive risk message on purchase intention is 41%. This research is a preliminary study, the further research is needed to enrich literacy from persuasive risk message.

Keyword: persuasive risk message, purchase intention, quasi experimental.

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pesan Persuasif Terhadap Perilaku Konsumen Pada Minat Beli Produk Software Microsoft Original”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Rina Astini, SE.,MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat – nasehat yang sangat bermanfaat bagi peneliti. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnoviansah, Ak.,M.Si.,CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih., Msi., selaku Ketua program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Rina Astini,S.E.,M.M, selaku Dosen Pembimbing Peneliti yang telah memberikan arahan dan sabar dalam membimbing.

5. Seluruh Dosen Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Kedua orang tua tercinta : Ibu dan Bapak yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral dan material tidak henti – hentinya kepada penulis.
7. Pihak – pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima Kasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 11 Mei 2020

Endah Priyatin

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kontribusi Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	7
1. Pemasaran	8
2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	9
3. Perilaku Konsumen	10
4. Minat Beli	18
5. Persuasif.....	20
6. Persepsi Resiko.....	23
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Pengembangan Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
B. Desain Penelitian.....	31
C. Jenis Penelitian.....	32
D. Variabel Penelitian.....	32

E. Definisi Operasional Variabel.....	32
F. Populasi dan Sampel	33
G. Teknik Pengumpulan Data	34
H. Prosedur Penelitian.....	36
I. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	38
J. Metode Analisis Data	39
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Pelaksanaan Penelitian	41
B. Data Responden	41
C. Hasil Deskripsif Jawaban Kuesioner	45
D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	47
E. Hasil Uji Analisis Data.....	49
F. Pembahasan.....	53
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	58
B. Saran.....	58
C. Keterbatasan Penelitian	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	24
3.1	Tabel Blue Print Skala Minat Beli	34
4.1	Tabel Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2	Tabel Data Responden Berdasarkan Usia	42
4.3	Tabel Data Responden Berdasarkan Domisili	43
4.4	Tabel Data Responden Berdasarkan Produk <i>Software Microsoft</i>	44
4.5	Tabel Hasil Jawaban Kuesioner Kelompok Eksperimen	45
4.6	Tabel Hasil Jawaban Kuesioner Kelompok Kontrol.....	46
4.7	Tabel Hasil Jawaban Kuesioner Kelompok Penelitian	47
4.8	Tabel Hasil Uji Validitas.....	47
4.9	Tabel Hasil Uji Reabilitas	48
4.10	Tabel Hasil Uji Normalitas	49
4.11	Tabel Hasil Uji Homogenitas	50
4.12	Tabel Hasil Uji <i>Independent Samples Test</i>	52



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Gambar Kerangka Pemikiran.....	30
4.2	Gambar Grafik nilai rata-rata kelompok eksperimen dan kontrol.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Kelompok Eksperimen.....	66
Lampiran 2	Kuesioner Kelompok Kontrol	71
Lampiran 3	Data Responden.....	75
Lampiran 4	Hasil Jawaban Kuesioner.....	78
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	79
Lampiran 6	Hasil Uji Analisis Data.....	80



UNIVERSITAS
MERCU BUANA