

**PENGARUH PERSEPSI *SUBLIMINAL* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA GOJEK**

(Studi : Eksperimen)

SKRIPSI



NIM : 43115110296

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA

2020

**PENGARUH PERSEPSI *SUBLIMINAL* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA GOJEK**

(Studi : Eksperimen)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana

Jakarta



Nama : Tia Monica Sari

NIM : 43115110296

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA

2020

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tia Monica Sari  
Nim : 43115110296  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi *Subliminal* Terhadap Keputusan Pembelian Gojek.  
Studi : Eksperimen  
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan oleh :

Pembimbing

Ketua Penguji



Dr. Rina Astini, SE.,MM

Dr. Yanto Ramli, MM

Tanggal : 7 November 2020

Tanggal : 16 Oktober 2020

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Dekan

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS.

Tanggal :



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal :

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tia Monica Sari

Nim : 43115110296

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil 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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

# MERCU BUANA

Jakarta, 30 Maret 2020



Tia Monica Sari

NIM : 43115110296

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi alam bawah sadar manusia (*Subliminal Perception*), terhadap keputusan pembelian pada konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode eksperimen. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi Universitas Mercu Buana dari berbagai latar belakang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* dimana pengumpulan sampel dilakukan berdasarkan pada ketersediaan partisipan dan kemudahan mendapatkan data. Berdasarkan perhitungan analisis G power, jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 52 partisipan. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuisioner. Metode analisis data menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences*. Penelitian ini membuktikan bahwa *Subliminal Perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : *Subliminal Perception*, *Subliminal Advertising*, Keputusan Pembelian Konsumen.



## **ABSTRACT**

*This study tries to analyze the perception of the human subconscious (Subliminal Perception), on purchasing decisions on consumers. The research method used in this research is the research method. The population in this study were students of Mercu Buana University from various backgrounds. The sampling technique in this study is convenience sampling where the sample is done based on participant approval and obtaining data. Based on the calculation of the G power analysis, the number of samples needed in this study were 52 participants. Data collection methods using survey methods, with research instruments are a questionnaire. The method of data analysis uses the Statistical Package for Social Sciences. This research proves that Subliminal Perception has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions.*

*Keywords: Subliminal Perception, Subliminal Advertising, Consumer Purchasing Decisions*



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum. Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Mercubuana, Jakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada kedua Orangtua saya atas dukungan dan kasih sayang serta perhatian moril maupun materil.

Penyusunan skripsi ini juga tidak lepas dari binaan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak lain yang turut serta membantu dalam proses pembuatan skripsi ini :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS., selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana

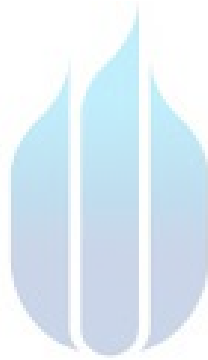
3. Dr. Daru Asih, M.Si., selaku Ketua Prodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.
4. Dr. Rina Astini, SE., MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesainya skripsi ini
5. Para dosen dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mengajarkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga dihadapan Allah menjadi amal jariyah Bapak/Ibu, aamiin.
6. Bapak dan Ibu dibagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana, yang penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2015 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
8. Seluruh Pimpinan dan rekan-rekan PT. Paragon Technology and Innovation dan PT. Cisangkan, yang telah memberikan doa dan dukungan selama penulis kuliah.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman.



Oleh karena itu, Penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 30 Maret 2020



Tia Monica Sari

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kontribusi Penelitian.....	7
1. Kontribusi Teoritis.....	7
2. Kontribusi Praktis.....	8
2. BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Kajian Pustaka.....	9

1. Pemasaran .....	9
1. Social Marketing .....	11
2. Perilaku Konsumen .....	13
3. Keputusan Pembelian .....	16
4. Subliminal Advertising (Pesan Subliminal) .....	18
B. Penelitian Terdahulu .....	24
C. Kerangka Berpikir .....	29
D. Hipotesis Penelitian .....	29
3. BAB III METODE PENELITIAN .....	30
A. Jenis Penelitian .....	30
B. Desain Penelitian .....	30
C. Waktu dan Tempat Penelitian .....	32
D. Variabel Penelitian .....	32
1. Variabel Bebas .....	32
2. Variabel Terikat .....	33
3. <i>Confounding Variable</i> .....	33
E. Definisi Operasional .....	34
F. Populasi dan Sampel .....	34

1. Populasi Penelitian .....	34
2. Sampel Penelitian .....	35
G. Teknik Pengumpulan Data .....	35
1. Uji Alat Manipulasi .....	35
2. Skala Keputusan Pembelian .....	37
H. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	38
1. Uji Validitas.....	38
2. Uji Reliabilitas.....	38
3. Uji Coba Protokol.....	38
I. Prosedur Penelitian.....	39
J. Tahap Persiapan .....	39
K. Tahap Pelaksanaan .....	41
L. Tahap Akhir.....	42
M. Metode Analisis Data .....	42
1. Uji Normalitas .....	42
2. Uji Homogenitas.....	43
3. Uji Paired Samples Test .....	43
4. Uji Independent Samples T Test .....	44

4. BAB IV PEMBAHASAN.....	45
A. Pelaksanaan Penelitian .....	45
A. Data Partisipan .....	47
1. Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
2. Berdasarkan Usia.....	49
3. Berdasarkan Domisili .....	51
B. Hasil Deskripsif Jawaban Kuesioner.....	53
1. Berdasarkan <i>Pretest</i> Kelompok Eksperimen .....	53
2. Berdasarkan <i>Posttest</i> Kelompok Eksperimen .....	55
3. Berdasarkan <i>Pretest</i> Kelompok Kontrol .....	57
4. Berdasarkan <i>Posttest</i> Kelompok Kontrol .....	59
5. Berdasarkan Kelompok Penelitian .....	61
C. Hasil Uji Validitas.....	63
D. Hasil Uji Reliabilitas .....	65
E. Hasil Analisis Data.....	66
1. Uji Normalitas .....	66
2. Uji Homogenitas.....	68
3. Uji Hipotesis.....	69

4. Uji Mann Whitney .....	73
F. Pembahasan .....	75
5. BAB V KESIMPULAN.....	83
A. Simpulan.....	83
B. Keterbatasan Penelitian .....	83
C. Saran.....	84
1. Saran Teoritis.....	84
2. Saran Praktis .....	84
6. DAFTAR PUSTAKA .....	86



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	25
Tabel 3.1 Metode eksperimen .....	31
Tabel 3.2 Blue <i>print</i> Skala Ukur Keputusan Pembelian .....	37
Tabel 4.1 Kegiatan Penelitian .....	46
Tabel 4.2 Data partisipan berdasarkan jenis kelamin .....	48
Tabel 4.3 Data partisipan berdasarkan usia .....	49
Tabel 4.4 Data partisipan berdasarkan domisili .....	51
Tabel 4.5 Hasil deskriptif jawaban kuesioner berdasarkan pretest kelompok eksperimen .....	54
Tabel 4.6 Hasil deskriptif jawaban kuesioner berdasarkan <i>posttest</i> kelompok eksperimen .....	56
Tabel 4.7 Hasil deskriptif jawaban kuesioner berdasarkan <i>pretest</i> kelompok kontrol	58
Tabel 4.8 Hasil deskriptif jawaban kuesioner berdasarkan <i>posttest</i> kelompok kontrol .....	60
Tabel 4.9 Hasil deskriptif jawaban kuesioner berdasarkan kelompok penelitian .....	62
Tabel 4.10 Hasil uji validitas .....	63
Tabel 4.11 Hasil uji reliabilitas .....	65
Tabel 4.12 Hasil uji normalitas .....	67
Tabel 4.13 Hasil uji homogenitas .....	68

Tabel 4.14 Hasil Uji Paired Samples Test.....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Paired Samples Test.....	72
Tabel 4.16 Hasil uji Mann Whitney .....	74





## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Grafik presentase partisipan berdasarkan jenis kelamin .....	49
Grafik 4.2 Grafik presentase partisipan berdasarkan usia .....	51
Grafik 4.3 Grafik presentase partisipan berdasarkan domisili .....	53
Grafik 4.4 Grafik skor <i>pretest</i> dan <i>posttest</i> kelompok eksperimen.....	71
Grafik 4.5 Grafik skor <i>pretest</i> dan <i>post test</i> kelompok kontrol.....	73
Grafik 4.6 Grafik <i>gain score</i> kelompok eksperimen dan kelompok kontrol .....	75

