KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, dan dengan ridho-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul : **"PENGARUH PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFOEMASI DAN PELAKSANAAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI MAHASISWA DI UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA"**

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia. Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Ir. Eddy Soeryanto Soegoto, selaku Rektor Universitas Komputer Indonesia.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Dwi Kartini, S.E.,Spec., L.ic. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Komputer Indonesia.
3. Ibu Dr. Raeny Dwisanty, S.E.,M.Si., selaku Dosen Wali, Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi Manajemen Universitas Komputer Indonesia.
4. Ibu Dr. Rahma Wahdiniwaty. Dra., M.Si Selaku dosen Penguji
5. Bapak Rizki Zulfikar.S.E., M.Si Selaku Dosen Penguji
6. Ibu Trustorini Handayani. S.E., M.Si Selaku Dosen Penguji

7. Seluruh Dosen, Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Program Studi Srata Satu (S1) Universitas Komputer Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya serta membantu terselesaikannya penyusunan skripsi ini..
8. Kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan Do'a dan dukungan kepada penulis yang tidak pernah henti-hentinya.
9. Kepada kakak saya yang telah memberikan dukungan berupa semangat serta doa yang tidak pernah henti-hentinya.
10. Teman-teman seangkatan khusunya MN-3 2011 yang telah memberikan dukungan, bantuan dan tak lupa pula do'anya.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan rendah hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kelanjutan pembuatan penelitian ini. Semoga skripsi ini dengan segala kekurangannya akan mampu memberikan sumbangsih sekecil apapun untuk diterapkan baik dalam praktek maupun untuk penelitian selanjutnya.

Wassalamuallaikum, Wr.Wb.

Bandung, Juli 2015

Rudi Sanjaya

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO iii

ABSTRACT iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI vii

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 8

1.3 Maksud dan Tujuan penelitian 9

1.4 Kegunaan penelitian 10

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, HIPOTESIS 12

2.1 Kajian Pustaka 12

2.1.1 Teknologi Informasi 12

2.1.2 Pelaksanaan Periklanan 17

2.1.3 Keputusan Pembelian Konsumen 28

2.2 Penelitian Terdahulu.....31
2.3 Kerangka pemikiran 34
2.4 Hipotesis.....39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 40
3.1 Objek Penelitian.....40
3.2 Metode Penelitian.....40
3.2.1 Desain Penelitian.....42
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....47
3.2.2.1 Variabel Independen 47
3.2.2.2 Variabel dependen.....47
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 49
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 53
3.2.5 Rancangan analisis dan Uji Hipotesis 60
3.2.5.1 Rancangan Analisis.....60
3.2.5.2 Uji Hopotesis.....68
3.2.6 Penarikan Kesimpulan 72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....73
4.1 Gambaran Umum Perusahaan 73
4.1.1 Sejarah Perusahaan 73
4.1.2 Struktur Organisasi 76
4.2 Karakteristik Responden.....77
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....77
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 78

4.3 Analisis Deskriptif Hasil Tanggapan Responden.....79
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi (X1).....80
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Pelaksanaan Periklanan (X_2)...87
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Menjadi Mahasiswa UNIKOM (Y) 94
4.4 Analisis Verifikatif 104
4.1 Analisis Regresi Linear Berganda 104
4.2 Uji Asumsi Klasik.....106
4.2.1 Uji Normalitas.....107
4.2.2 Uji Multikolinearitas 108
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....110
4.3 Analisis Korelasi.....111
4.4 Uji Koefisien Determinasi 113
4.5 Pengujian Hipotesis 116
4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) 116
4.5.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f) 120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....123
5.1 Kesimpulan.....123
5.2 Saran 124
DAFTAR PUSTAKA 126
LAMPIRAN – LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
Gambar 2.1	Paradigma Penelitian	38
Gambar 3.1	Desain Penelitian	46
Gambar 3.2	Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis	71
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	76
Gambar 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Gambar 4.3	Responden Berdasarkan Usia	79
Gambar 4.4	Grafik Normal Probability plot of Regression Standardized Residual	108
Gambar 4.5	Daerah penerimaan dan Penolakan Ho Pemanfaatan Teknologi Informasi (X_1) terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa UNIKOM (Y)	118
Gambar 4.7	Daerah penerimaan dan Penolakan Ho Pelaksanaan periklanan (X_2) terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa UNIKOM (Y)	120
Gambar 4.6	Daerah Penerimaan H0 Pengujian Hipotesis Secara Simultan	122

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
Tabel 1.1	Survey awal penggunaan teknologi informasi	3
Tabel 1.2	Survey awal Pelaksanaan Periklanan	5
Tabel 1.3	Jumlah mahasiswa jurusan manajemen dan akutansi	6
Tabel 1.4	Survey awal Keputusan menjadi mahasiswa UNIKOM	7
Tabel 1.5	Waktu Penelitian	11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Desain Penelitian	45
Tabel 3.2	Oprasional Variabel	48
Tabel 3.3	Jumlah Mahasiswa Jurusan Manajemen dan Akutansi	50
Tabel 3.4	Sampel Mahasiswa Manajemen dan Akutansi	53
Tabel 3.5	Penentuan Skor Jawaban Kuesioner	55
Tabel 3.6	Jasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	57
Tabel 3.7	Hasil Uji Reabilitas Instumen	59
Tabel 3.8	Kriteria Pengklasifikasian Persentase Skor	62
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia	78
Tabel 4.3	Pernyataan indikator Intensitas Pemanfaatan	80
Tabel 4.4	Skor Persentase Indikator Intensitas Pemanfaatan	81
Tabel 4.5	Pengkategorian Skor Jawaban	81
Tabel 4.6	Pernyataan Indikator Frekuensi Pemanfaatan	82
Tabel 4.7	Sekor Persentase Indikator Frekuensi Pemanfaatan	82
Tabel 4.8	Pengkategorian Skor Jawaban	83

Tabel 4.9	Pernyataan Indikator Jumlah Aplikasi / Perangkat lunak yang digunakan	83
Tabel 4.10	Sekor Persentase Indikator Jumlah Aplikasi / Perangkat lunak yang digunakan	84
Tabel 4.11	Pengkategorian Skor Jawaban	84
Tabel 4.12	Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada Variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi (X_1)	85
Tabel 4.13	Pernyataan Indikator Attreaction	87
Tabel 4.14	Skor Persentase Indikator attraction	87
Tabel 4.15	Pengkategorian Skor Jawaban	88
Tabel 4.16	Pernyataan Indikator Content	88
Tabel 4.17	Pernyataan Indikator Content	89
Tabel 4.18	Skor Persentase Indikator Content	90
Tabel 4.19	Pengkategorian Skor Jawaban	90
Tabel 4.20	Pernyataan Indikator Media	91
Tabel 4.21	Sekor Persentase Indikator Media	91
Tabel 4.22	Pengkategorian Skor Jawaban	92
Tabel 4.23	Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada Variabel Pelaksanaan Periklanan (X_2)	92
Tabel 4.24	Pernyataan Indikator Pengenalan Kebutuhan	94
Tabel 4.25	Sekor Persentase Indikator Pengenalan Kebutuhan	95
Tabel 4.26	Pengkategorian Skor Jawaban	95
Tabel 4.27	Pernyataa Indikator Pencarian Informasi	95
Tabel 4.28	Skor Persentase Indikator Pencarian Informasi	96
Tabel 4.29	Pengkategorian Skor Jawaban	96
Tabel 4.30	Pernyataan Indikator Evaluasi alternative	97
Tabel 4.31	Skor Persentase Indikator Evaluasi Alternative	97

Tabel 4.32	Pengkategorian Skor Jawaban	98
Tabel 4.33	Pernyataan Indikator Keputusan Pembelian	98
Tabel 4.34	Pernyataan Indikator Keputusan Pembelian	99
Tabel 4.35	Sekor Persentase Indikator Keputusan Pembelian	100
Tabel 4.36	Pengkategorian Skor Jawaban	100
Tabel 4.37	Pernyataan Indikator Perilaku Pasca Pembelian	101
Tabel 4.38	Skor Persentase Indikator Perilaku Pasca Pembelian 104	102
Tabel 4.39	Pengkategorian Skor Jawaban	103
Tabel 4.40	Skor Jawaban Responden Terhadap Item-item Pernyataan Pada Variabel Keputusan Menjadi Mahasiswa (Y)	103
Tabel 4.41	Koefisien Regresi Berganda	104
Tabel 4.42	Uji Normalitas Kolgomorov Smirnov	107
Tabel 4.43	Uji Multikolinearitas	109
Tabel 4.44	Uji Heteroskedastisitas	110
Tabel 4.45	Hasil Uji Koefisien Korelasi Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Keputusan Menjadi Mahasiswa UNIKOM	112
Tabel 4.46	Hasil Uji Koefisien Korelasi Pelaksanaan Periklanan dan Keputusan Menjadi Mahasiswa UNIKOM	113
Tabel 4.47	Uji Koefisien Determinasi	114
Tabel 4.48	Pengaruh Parsial Dengan Rumus Beta X Zero Order	115
Tabel 4.49	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa UNIKOM	117
Tabel 4.50	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) Pelaksanaan Periklanan Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa UNIKOM	119
Tabel 4.51	ANOVA untuk uji simultan (Uji F)	121

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Jumlah Mahasiswa UNIKOM
Lampiran 2	Kuesioner Awal
Lampiran 3	Kuesioner Akhir
Lampiran 4	Lembar Revisi Seminar Usulan Penelitian
Lampiran 5	Lembar Revisi Sidang
Lampiran 6	Kartu Peserta Sidang Usulan Penelitian
Lampiran 7	Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran 8	Surat Balasan Perusahaan
Lampiran 9	Tabulasi kuesioner Akhir
Lampiran 10	Data interval uesioner Akhir
Lampiran 11	Output SPSS