



**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *ETCICAL JUDGEMENTS*, *VALUE CONSCIOUSNESS*,  
DAN *FASHION CONSCIOUSNESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*  
PADA *SMARTPHONE* DI JAKARTA**

**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA : ROBERT HARTA WIJAYA  
NIM : 115130396**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPI GELAR  
SARJANA EKONOMI**

**2017**

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : ROBERT HARTA WIJAYA  
NPM : 115130396  
PROGRAM JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
MATA KULIAH POKOK : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *ETHICAL JUDGEMENTS, VALUE CONSCIOUSNESS, DAN FASHION CONSCIOUSNESS TERHADAP PURCHASE INTENTION PADA SMARTPHONE DI JAKARTA*

Jakarta, Januari 2017

Pembimbing



( Rodhiah, Dra., M.M. )

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

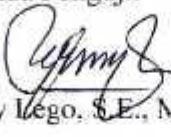
**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**SETELAH LULUS UJIAN KOMPREHENSIF / SKRIPSI**

NAMA	:	ROBERT HARTA WIJAYA
NPM	:	115130396
PROGRAM JURUSAN	:	S1 / MANAJEMEN
MATA KULIAH POKOK	:	MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI	:	PENGARUH <i>ETHICAL JUDGEMENTS, VALUE CONSCIOUSNESS, DAN FASHION CONSCIOUSNESS TERHADAP INTENSITAS PEMBELIAN PADA SMARTPHONE DI JAKARTA</i>

Tanggal: 12 JANUARI 2017

Ketua Pengaji:

  
( Yenny Iego, S.E., M.M. )

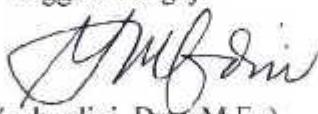
Tanggal: 12 JANUARI 2017

Anggota Pengaji:

  
( Rodhiah, Dra., M.M. )

Tanggal: 12 JANUARI 2017

Anggota Pengaji

  
( Yusbardini, Dra., M.E. )

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

- (A) Robert Harta Wijaya (115130396)
- (B) PENGARUH *ETCHICAL JUDGEMENTS, VALUE CONSCIOUSNESS, DAN FASHION CONSCIOUSNESS* TERHADAP INTENSITAS PEMBELIAN PADA PRODUK SMARTPHONE DI JAKARTA
- (C) xvi + 62 hal, 2017, tabel 13; gambar 3; lampiran 6
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Abstrak : penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan mengetahui variabel dalam perilaku pembelian (*purchase behavior*) yang mempunyai hubungan yang paling kuat dan yang paling lemah dalam mempengaruhi variabel intensitas pembelian pada produk *Smartphone* di Jakarta. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarluaskan kuesioner kepada 100 responden. dengan menggunakan *purposive sampling* untuk menentukan sampel penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor *ethical judgements* dapat digunakan untuk mengukur intensitas pembelian. faktor *value consciousness* dapat digunakan untuk mengukur intensitas pembelian. faktor *fashion consciousness* dapat digunakan untuk mengukur intensitas pembelian.
- (F) Daftar acuan 34 (1970-2013)
- (G) RODHIAH, Dra, M.M.