



UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

SKRIPSI

**PENGARUH *ETCHICAL 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 MENCAPAI GELAR

SARJANA EKONOMI

2017

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ROBERT HARTA WIJAYA
NPM : 115130396
PROGRAM JURUSAN : SI / MANAJEMEN
MATA KULIAH POKOK : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *ETCHICAL 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

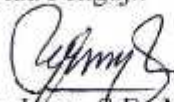
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

SETELAH LULUS UJIAN KOMPREHENSIF / SKRIPSI

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

Tanggal: 12 JANUARI 2017

Ketua Penguji:



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

Tanggal: 12 JANUARI 2017

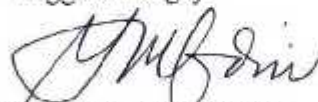
Anggota Penguji:



(Rodhiah, Dra., M.M.)

Tanggal: 12 JANUARI 2017

Anggota Penguji



(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 menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. dengan menggunakan *purposive sampling* untuk menentukan sampel penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor *etchical 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.