

SKRIPSI

**PENGARUH KESESUAIAN DAN KESATUAN TERHADAP MINAT
PEMBELIAN ROLEX DALAM GAME F1 MOBILE RACING PADA
MAHASISWA UNTAR DAN PENGUNJUNG MALL CIPUTRA DI
JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : GIOVANNI HARIFIN

NIM : 115160111

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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2020

SKRIPSI

**PENGARUH KESESUAIAN DAN KESATUAN TERHADAP MINAT
PEMBELIAN ROLEX DALAM GAME F1 MOBILE RACING PADA
MAHASISWA UNTAR DAN PENGUNJUNG MALL CIPUTRA DI
JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : GIOVANNI HARIFIN

NIM : 115160111

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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2020

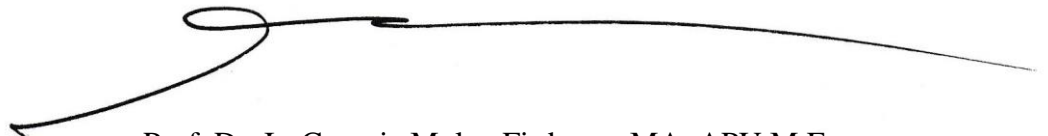
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : GIOVANNI HARIFIN
NIM : 115160111
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KESESUAIAN DAN KESATUAN
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ROLEX
DALAM GAME F1 MOBILE RACING PADA
MAHASISWA UNTAR DAN PENGUNJUNG
MALL CIPUTRA DI JAKARTA

Jakarta, 17 Desember 2020

Pembimbing,



Prof. Dr. Ir. Carunia Mulya Firdausy, MA. APU M Ec.

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Giovanni Harifin
NIM : 115160111
Program Studi : Sarjana Manajemen

Judul Skripsi

PENGARUH KESESUAIAN DAN KESATUAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN ROLEX
DALAM GAME F1 MOBILE RACING PADA MAHASISWA UNTAR DAN PENGUNJUNG
MALL CIPUTRA DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 15 Januari 2020 dan dinyatakan lulus,
dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Yeni Lego S.E, M.M
2. Anggota : Carol Daniel Kadang S.E, M.M
Prof. DR. Carunia Mulya Firdausy, MA. APU, MEC.

Jakarta, 20 Januari 2020

Pembimbing



(Prof. DR. Carunia Mulya Firdausy, MA. APU, MEC)

ABSTRAK

PENGARUH KESESUAIAN DAN KESATUAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN ROLEX DALAM GAME F1 MOBILE RACING PADA MAHASISWA UNTAR DAN PENGUNJUNG MALL CIPUTRA DI JAKARTA

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kecocokan dan integrasi terhadap minat pembelian merek iklan Rolex di game f1 mobile racing. Penelitian ini menggunakan 30 sampel yang telah diseleksi (sampel tersebut menyadari adanya iklan Rolex dalam permainan) dengan total 30 responden. Pengolahan dan pengujian data ini dengan menggunakan SmartPLS 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecocokan dan integrasi tidak berpengaruh positif terhadap minat pembelian.

Kata Kunci: kecocokan, kesatuan, minat pembelian

The purpose of this research is to obtain empirical evidence on the influence of congruity and integration of purchase intention on Rolex advertising brands in F1 mobile racing games. The study used 30 samples that had been selected (the sample realized the presence of Rolex in-game advertising) for a total of 30 respondents. Processing and testing this data using SmartPLS 3. The results of this research show that congruity and integration has no positive effect on purchase intention.

Keywords : Congruity, Integration, Purchase Intention