

**PENGARUH TAYANGAN IKLAN TOKOPEDIA  
WAKTU INDONESIA BELANJA TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN**

**(Survei pada Remaja RW 01 Kelurahan Pangkalan Jati, Cinere)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh:**

**ZAKIY URAI**

**051603503125077**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**2021**

**PENGARUH TAYANGAN IKLAN TOKOPEDIA  
WAKTU INDONESIA BELANJA TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN**

**(Survei pada Remaja RW 01 Kelurahan Pangkalan Jati, Cinere)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh:**

**ZAKIY URAI**

**051603503125077**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**2021**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**PERNYATAAN KEASLIAN / ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (SKRIPSI) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi lain.

Jakarta, 09 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,



051603503125077

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

NAMA : Zakiy Urai  
NIM : 051603503125077  
JUDUL : Pengaruh Tayangan Iklan Tokopedia Waktu Indonesia  
Belanja Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada  
Remaja RW 01 Kelurahan Pangkalan Jati, Cinere)

PROGRAM STUDI: Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Periklanan

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.


Jakarta, 09 Agustus 2021

Menyetujui,

Pembimbing II

Pembimbing I

  
(Tarsani, S.Sos., M.Ikom)

  
(Achmad Budiman, S.Sos., M.Ikom)

Mengetahui,

**Ketua Program Studi**

**Dekan FISIP**

  
(Sandra Olifia, S.Sos., M.Si)

  
(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., M.M)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Zakiy Urai  
NIM : 051603503125077  
JUDUL : Pengaruh Tayangan Iklan Tokopedia Waktu Indonesia  
Belanja Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada  
Remaja RW 01 Kelurahan Pangkalan Jati, Cinere)  
PROGRAM STUDI: Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Periklanan  
Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.

Jakarta, 24 Agustus 2021

Menyetujui,

Ketua Penguji : Achmad Budiman. S, S.Ikom., M.Ikom (.....)   
Penguji 1 : Sandra Olifia., M.Si (.....)   
Penguji 2 : Risqi Inayah Dwijayanti., M.Ikom (.....) 

Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Sandra Olifia, S.Sos., M.Si)

Dekan FISIP



(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., M.M)

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb. Puji syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya berupa kesehatan, kesempatan serta pengetahuan kepada peneliti sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini yang berjudul **Pengaruh Tayangan Iklan Tokopedia Waktu Indonesia Belanja Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Remaja RW 01 Kelurahan Pangkalan Jati, Cinere)**. Penelitian ini merupakan syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Satya Negara Indonesia.

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk Ayah dan Mama yang peneliti sayangi karena berkat doa, dukungan dan jerih payah mereka peneliti mendapatkan dorongan dan motivasi untuk tetap maju dan tidak menyerah serta terus berkembang menjadi anak yang dapat dibanggakan. Semoga Papa dan Mama selalu diberikan kesehatan dan umur yang panjang. Aamiin.

Kemudian peneliti juga sampaikan rasa terima kasih kepada semua orang yang sudah terlibat untuk membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya adalah :

1. Dra. Merry L. Panjaitan, MM., MBA selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.

3. Achmad Budiman.S, S.Ikom., M.Ikom selaku pembimbing I yang sudah memberikan saran dan masukan yang baik dalam penyusunan skripsi ini.
4. Tarsani, S.Sos., M.Ikom selaku sebagai pembimbing II atas ilmunya, waktunya, dan kesabarannya dalam membimbing.
5. Terima kasih kepada teman spesial saya Anisah dan teman-teman SMA saya Arip, Bagus, Bunga, Rifki, Aska, Fikri, Septy, Intan, Vindu, Dimas, Gagas. Yang sudah memberi semangat kepada penulis untuk mengerjakan penelitian.
6. Terima kasih kepada sepupu saya, Nayna Noor Izatti, Miriam Laylani, Arazska. Yang sudah memberi semangat dan memberi tawa saat mengerjakan penelitian.
7. Semua teman-teman Prodi Ilmu Hubungan Internasional 2016 kelas pagi. Terima kasih sudah memberikan banyak cerita dan warna selama masa kuliah ini. Semoga setelah ini kita semua bisa sukses dengan jalan kita masing-masing ya! Amin.

Akhir kata, tanpa mereka semua peneliti tidak akan berhasil karena mustahil jika seseorang tidak membutuhkan orang lain di sekitarnya dan semoga kebaikan mereka semua atas bantuan, doa dan motivasinya dibalas oleh Allah SWT.

Jakarta, 09 Agustus 2021  
Penulis,



Zakiy Urai

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Zakiy Urai  
NIM : 051603503125077  
PROGRAM STUDI: Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Periklanan  
Pengaruh Tayangan Iklan Tokopedia Waktu Indonesia Belanja Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei pada Remaja RW 01 Kelurahan Pangkalan Jati, Cinere)

**ABSTRAK**

Situs jual beli di Indonesia kian hari semakin berkembang, hal ini dimanfaatkan oleh Tokopedia untuk merebut hati konsumen. Salah satu cara yang dilakukan Tokopedia adalah dengan strategi tayangan iklan di berbagai platform online, yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tayangan iklan tokopedia waktu Indonesia belanja terhadap minat beli konsumen.

Teori yang digunakan adalah teori S-O-R sebagai singkatan dari *stimulus-organism-response* ini semula berasal dari psikologi. Teori ini menyatakan apabila stimulus response, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistic dengan pendekatan kuantitatif, metode yang digunakan survei dan sifat penelitian eksplanatif. Populasi dalam penelitian adalah remaja RW 01 Kelurahan Pangkalan Jati, Cinere, yaitu sebanyak 1278 orang. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian adalah teknik *Purposive Sampling* dengan jumlah responden 93 orang.

Hasil penelitian uji korelasi nilai signifikan 0,000 dan nilai *Pearson Correlation* 0,801 yang diartikan memiliki tingkat hubungan yang kuat dan sederhana antara variabel X dan variabel Y. Dalam hasil uji regresi linear sederhana diperoleh nilai sebesar  $Y = 8,155 + 0.515X$ , yang berarti uji regresi nilai X sebesar 0,515. Kemudian dalam hasil uji T diperoleh nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel}$  ( $12,778 > 1,986$ ).

Kesimpulan yang dihasilkan dari variabel X dan variabel Y menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel tayangan iklan tokopedia waktu Indonesia belanja terhadap minat beli konsumen, sehingga memperoleh hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Kata Kunci : Tayangan Iklan, Iklan Waktu Indonesia Belanja, Minat Beli Konsumen  
Pembimbing I : Achmad Budiman.S, S.Ikom., M.Ikom  
Pembimbing II : Tarsani, S.Sos., M.Ikom



**FACULTY SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**  
**SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

NAME : Zakiy Urai  
NIM : 051603503125077  
STUDY PROGRAM : *Communication Studies*  
SPECIALIZATION : *Advertising*

*The Influence of Tokopedia's Advertising Displays When Indonesia Shops on Consumer Purchase Interest (Survey of Teenagers in RW 01, Pangkalan Jati Village, Cinere)*

**ABSTRACT**

*Online buying and selling sites in Indonesia are increasingly growing, this is used by Tokopedia to get consumer's attention. One of the ways that Tokopedia does it is with a strategy of showing advertisements on various online platforms, which aims to influence consumers. This study aims to determine the effect of Tokopedia advertisements when Indonesia is shopping on consumer buying interest.*

*The theory used is the S-O-R theory as an abbreviation of stimulus-organism-response which originally came from psychology. This theory states that if the stimulus is a response, the effect is a special reaction to a special stimulus, so that one can expect and estimate the suitability between the message and the communication reaction.*

*This study uses a positivistic paradigm with a quantitative approach, the method used is survey and the nature of the research is explanatory. The population in this study was the youth of RW 01 Pangkalan Jati, Cinere, with a total of 1278 people. The sampling technique used in this study is a purposive sampling technique with 93 respondents.*

*The results of the correlation test have a significant value of 0.000 and a Pearson Correlation value of 0.801 which means that it has a strong and simple relationship between the X and Y variables. In the results of a simple linear regression test, a value of  $Y = 8.155 + 0.515X$  is obtained, which means that the X value regression test of 0.515. Then in the results of the T test, the value of Tcount is greater than Ttable ( $12.778 > 1.986$ ).*

*The conclusion that comes from the X and Y variables shows that there is a significant influence between the Tokopedia ad impressions when Indonesia is shopping for consumers' buying interest, so that the hypothesis  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted.*

Keywords : *Ad Impressions, Advertisements When Indonesia is Shopping, Consumers Buying Interest*  
Advisor I : Achmad Budiman.S, S.Ikom., M.Ikom  
Advisor II : Tarsani, S.Sos., M.Ikom

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN / ORISINALITAS..</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>TANDA PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ivi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ivii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>9</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>a. Manfaat Teoritis.....</b>	<b>9</b>
<b>b. Manfaat Praktis.....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 Landasan Teoritis.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.1 Teori SOR.....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 Landasan Konseptual.....</b>	<b>12</b>
<b>2.2.1 Definisi Iklan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2.2 Jenis Iklan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2.3 Definisi Komunikasi.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2.4 Definisi Ilmu Komunikasi .....</b>	<b>16</b>
<b>2.2.5 Konsep AIDDA.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2.6 Minat beli konsumen .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.6.1 Reaksi .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.6.2 Strategi Pemasaran .....</b>	<b>21</b>

2.3	Kerangka Pemikiran .....	23
2.4	Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>		<b>26</b>
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian .....	26
3.1.1	Tempat Penelitian .....	26
3.1.2	Waktu Penelitian.....	26
3.2	Desain Penelitian .....	26
3.2.1	Paradigma Penelitian.....	26
3.2.2	Pendekatan Penelitian .....	28
3.2.3	Metode Penelitian.....	28
3.2.4	Sifat Penelitian.....	29
3.3	Populasi dan Sampel .....	31
3.3.1	Populasi.....	31
3.3.2	Sampel.....	31
3.4	Operasionalisasi Variabel/Kategori (Kategorisasi).....	33
3.4.1	Pengaruh Tayangan Iklan (Variabel X) .....	35
3.4.2	Minat Beli (Variabel Y) .....	36
3.5	Reliabilitas dan Validitas.....	37
3.5.1	Uji Validitas .....	37
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	40
3.6	Teknik Pengumpulan Data dan Alat Pengumpulan Data .....	43
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.5.2	Alat Instrumen Data .....	45
3.7	Teknik Analisis Data .....	45
3.7.1	Analisis Korelasi .....	46
3.7.2	Analisis Regresi .....	48
3.7.3	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49
3.7.4	Uji Hipotesis Penelitian .....	50
3.7.5	Uji T .....	51

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
<b>4.1    Gambaran Umum Subjek Penelitian .....</b>	<b>52</b>
<b>4.1.1    Gambaran Umum PT.Tokopedia Indonesia .....</b>	<b>52</b>
<b>4.1.1.1    Visi dan Misi Perusahaan.....</b>	<b>53</b>
<b>4.2    Hasil Penelitian .....</b>	<b>54</b>
<b>4.2.1    Karakteristik Responden .....</b>	<b>54</b>
<b>4.2.1.1    Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>55</b>
<b>4.2.1.2    Karakteristik Responden Berdasarkan usia .....</b>	<b>56</b>
<b>4.2.2    Analisis Data Variabel .....</b>	<b>56</b>
<b>4.2.2.1    Pengaruh Tayangan Iklan Tokopedia.....</b>	<b>56</b>
<b>4.2.3    Analisis Korelasi.....</b>	<b>76</b>
<b>4.2.4    Uji Regresi Linear Sederhana.....</b>	<b>78</b>
<b>4.2.5    Uji Koefisien Determinasi .....</b>	<b>79</b>
<b>4.2.6    Analisis Hipotesis .....</b>	<b>80</b>
<b>4.2.6.1    Uji T.....</b>	<b>80</b>
<b>4.3    Pembahasan .....</b>	<b>81</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>85</b>
<b>5.1    Kesimpulan .....</b>	<b>85</b>
<b>5.2    Saran.....</b>	<b>86</b>
<b>5.2.1    Teoritis .....</b>	<b>86</b>
<b>5.2.2    Praktis .....</b>	<b>86</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1 Populas Remaja RW 01 Pangkalan Jati.....</b>	<b>558</b>
<b>Tabel 3.2 Operasional Variabel .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel (X) Pengaruh Tayangan Iklan Tokopedia WIB Berdasarkan <math>R_{tabel}</math> .....</b>	<b>355</b>
<b>Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Minat Kosumen Berdasarkan <math>R_{tabel}</math> .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (X) Pengaruh Iklan Tokopedia WIB .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel (Y) Minat Beli Konsumen .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 3.8 Interval Koefisien Korelasi.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4.2 Usia Responden .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4.3 Apakah anda Mengetahui Tokopedia .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4.4 Mengetahui Tokopedia Sebagai E-commers .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4.5 Tokopedia E-commers Buatan Anak Negeri .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4.6 Pernah Melihat Iklan Tokopedia.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4.7 Apakah Anda Mengetahui Iklan Tokopedia Versi Waktu Indonesia Belanja .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4.8 Iklan Tokopedia Waktu Indonesia Belanja Menarik Perhatian Anda .....</b>	<b>62</b>

<b>Tabel 4.9 Apakah Iklan Tokopedia Sangat Menarik Minat Beli .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4.10 Apakah Iklan Tokopedia Sangat Mudah di Ingat .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 4.11 Setelah Melihat Iklan Tokopedia Anda Langsung Tertarik Membuka Aplikasinya.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4.12 Melihat Iklan Tokopedia Apakah Anda Langsung Tertarik Memakai Jasanya.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4.13 Apakah Anda Melihat Iklan Tokopedia Waktu Indonesia Belanja Sampai Habis.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 4.14 Apakah Perhatian Anda Tertuju Pada Visual Iklan Tokopedia Waktu Indonesia Belanja .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4.15 Apakah Anda Pernah Membuka Aplikasi Tokopedia.....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 4.16 Barang Yang Anda Cari Ada di Tokopedia .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4.17 Lebih Dari Sekali Membeli Di Tokopedia .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 4.18 Puas Terhadap Pelayanan Yang Ada Di Tokopedia.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 4.19 Puas Terhadap Barang Yang Ada Di Tokopedia.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 4.20 Tokopedia E-commers Terpercaya Di Indonesia.....</b>	<b>74</b>
<b>Tabel 4.21 Barang Yang Di Jual Di Tokopedia Tidak Mengecewakan .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 4.22 Melihat Tokopedia Di Berbagai Platform Online .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 4.23 Uji Korelasi Variabel X dan Y .....</b>	<b>77</b>
<b>Tabel 4.24 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 4.25 Koefisien Determinasi (R<sub>2</sub>) .....</b>	<b>79</b>
<b>Tabel 4.26 Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji T) .....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data <i>e-commerce</i> yang ada di Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran .....	21

