

**Pengaruh Iklan Di Media Youtube Pada Iklan Adakami
Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah**

(Survey Pada Pengguna Adakami Yang Melakukan Pembayaran

Di 5 Alfamart Kecamatan Palmerah)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh

NUR MARYANDI

180900030

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

2023

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN
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 ini.

Jakarta, 14 Februari 2023

Yang membuat pernyataann

Materai

(Nur Maryandi)

180900030

HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Nur Maryandi
NIM : 180900030
JUDUL : Pengaruh Iklan Di Media Youtube Pada Iklan Adakami Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Survey Pada Pengguna Adakami Yang Melakukan Pembayaran di 5 Alfamart Kecamatan Palmerah).
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi


Jakarta, 14 Februari 2023

Menyetujui,

Pembimbing II


(Drs. Solten Rajagukguk M.M)

Pembimbing I


(Agus Budiana M.Ikom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi


(Dr. Achmad Budiman S, M.Ikom)

Dekan FISIP


(Drs. Solten Rajagukguk M.M)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SAYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

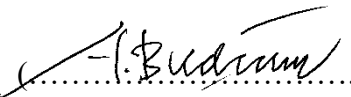
NAMA : Nur Maryandi
NIM : 180900030
JUDUL : Pengaruh Iklan Di Media Youtube Pada Iklan Adakami Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Survey Pada Pengguna Adakami Yang Melakukan Pembayaran di 5 Alfamart Kecamatan Palmerah).
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Periklanan

Jakarta, 14 Februari 2023

Menyetujui


Ketua penguji

Agus Budiana M.Ikom


(.....)

Anggota Penguji I

Dr. Achmad Budiman S, M.Ikom


(.....)

Anggota Penguji II

Bertha Komala Sinambela M.Si.


(.....)

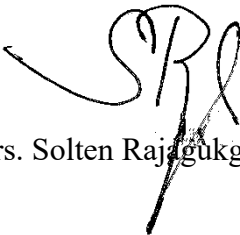
Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP



(Dr. Achmad Budiman S, M.Ikom)



(Drs. Solten Rajagukguk M.M)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Nur Maryandi
NIM : 180900030
JUDUL : Pengaruh Iklan Di Media Youtube Pada Iklan Adakami Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Survey Pada Pengguna Adakami Yang Melakukan Pembayaran di 5 Alfamart Kecamatan Palmerah).
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
PEMINATAN : Perklanan
Jumlah Halaman : 97 Halaman + Lampiran
Bibliografi : 22 Buku ; 18 Jurnal; 2 Artikel Internet

ABSTRAK

Adanya misskomunikasi dan adanya permasalahan dalam pesan komunikasi antara pihak Adakami dan nasabah menyebabkan adanya kritikan yang disampaikan secara langsung kepada pihak Adakami melalui sosial media instagram.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori S.O.R dan Teori Behaviorisme,

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *Probability Stratation Random Samping* dan menyebar survey di 5 Alfamart Kecamatan Palmerah

Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa semua data yang disebarv dan diisi oleh nasabah terbukti *valid* dan *reliable*. Dan hasil menunjukkan bahwa iklan AdaKami di media youtube sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah AdaKami

Kesimpulan dari penelitian ini adalah pihak AdaKami memperbaiki serta meningkatkan pelayanan sesuai dengan aturan dan iklan yang ditayangkan agar meningkatkan kepuasan nasabah AdaKami

Kata Kunci : Pinjaman Online, Iklan, Media Youtube
Pembimbing I : Agus Budiana M.Ikom
Pembimbing II : Drs. Solten Rajaguguk M.M

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

Name : Nur Maryandi
NIM : 180900030
TITLE : The Influence of Advertising on Youtube Media on Adakami Ads on the Level of Customer Satisfaction (Survey of Adakami Users Making Payments at 5 Alfamart, Palmerah District).

PROGRAM STUDY : *Communication Studies*
SPECIALIZATION : *Advertising*
Number Of Page : *97 Page + Attachment*
Bibliografi : *22 Book; 18 Journal; 2 Internet*

ABSTRACT

The existence of miscommunication and problems in communication messages between Adakami and customers led to criticism being conveyed directly to Adakami through Instagram social media.

The theory used in this research is S.O.R Theory and Behaviorism Theory,

This research method uses a quantitative research method with the sampling technique of Sideways Random Probability Stratation and spread surveys at 5 Alfamart Palmerah District

The results of this study prove that all data distributed and filled in by customers proves to be valid and reliable. And the results show that AdaKami advertising on YouTube media is very influential on the level of AdaKami customer satisfaction

The conclusion of this study is that AdaKami repairs and improves services in accordance with the rules and advertisements displayed in order to increase AdaKami customer satisfaction

Keyword : *Fitech, Advertising, Youtube Media*
Advision I : *Agus Budiana M.Ikom*
Advision II : *Drs. Solten Rajagukguk M.M*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas rahmat serta karunia-Nya, Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Iklan Di Media Youtube Pada Iklan Adakami Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah” (Survey Pada Pengguna Adakami Yang Melakukan Pembayaran di 5 Alfamart Palmerah).

Penulis menyadari dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan Penulis, sehingga Penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya dalam penulisan.

Dalam penulisan Skripsi ini, Peneliti mendapatkan bimbingan dorongan serta semangat dari banyak pihak terutama dari pihak Orang Tua saya, istri saya, serta keluarga saya. Oleh karena itu Peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah meluangkan waktunya, tenaga dan pikirannya serta memberikan semangat bagi Peneliti dalam penulisan Skripsi ini, Peneliti ingin mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada

1. Prof. Ir. Johnner Sitompul, M. Sc. Ph.d selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Drs. Solten Rajagukguk, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Dr. Achmad Budiman S, M.Ikom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia.

4. Agus Budiana, M.I.Kom selaku dosen pembimbing I sekaligus dosen penasihat akademik yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan dengan sabar kepada penulis dalam penyusunan proposal skripsi hingga selesai.
5. Bapak Drs. Solten Rajagukguk, MM selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing penulis dengan sabar dan tenang hingga penyusunan skripsi selesai.
6. Seluruh Staff dan Dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia.
7. Teman-teman FISIP USNI, junior, senior serta alumni dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas doa, dukungan, semangat, dorongan dan saran yang sangat membantu penulis selama proses penulisan skripsi ini.

Akhirnya, Penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada semua pihak dan apabila ada yang tidak disebutkan Penulis mohon maaf, dengan besar harapan semoga Skripsi yang ditulis oleh Penulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi Penulis sendiri dan umumnya bagi pembaca. Bagi para pihak yang telah membantu dalam penulisan Skripsi ini semoga segala amal dan kebbaikannya mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah SWT, Aamiin.

Jakarta, 14 Februari 2023

Nur Maryandi

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1. Teori Komunikasi SOR.....	10
2.1.2. Teori Komunikasi <i>Behaviorisme</i>	11
2.1.3. Kaitan Teori dengan Penelitian	12

2.2	Landasan Konseptual	13
2.2.1	Komunikasi	13
2.2.2	Unsur – Unsur Komunikasi.....	16
2.2.3	Pesan	18
2.2.4	Informasi	19
2.2.5	Hambatan-hambatan Dalam Komunikasi	21
2.2.6	Kepuasan Nasabah	24
2.2.7	Program Adakami	25
2.2.8	Media.....	27
2.2.9	Media Youtube.....	30
2.2.10	<i>Financial Technology</i> (Fintech).....	32
2.3	Kerangka Pemikiran.....	34
2.4	Hipotesis.....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian	36
3.2.	Desain Penelitian	36
3.2.1.	Paradigma Penelitian.....	36
3.2.2.	Pendekatan Penelitian	37
3.2.3.	Metode Penelitian.....	38
3.2.4.	Sifat Penelitian	41

3.3. Populasi dan Sampel.....	41
3.4. Operasional Variabel.....	43
3.1. Reliabilitas dan Validitas.....	44
3.5.1 Uji Reliabilitas	44
3.5.2 Uji Validitas	45
3.2. Teknik Pengumpulan Data	46
3.3. Teknik Analisis Data.....	47
3.4. Uji Hipotesis Penelitian	47
3.8.1 Analisis Bivariat.....	47
3.8.2 Analisis Univariat.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Subyek penelitian	50
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Uji Validitas.....	51
4.2.2 Hasil Jawaban Responden.....	53
4.2.3 Uji Reliabilitas	74
4.2.4 Uji Univariat	75
4.2.5 Uji Chi Square (Bivariat)	85
4.2.6 Uji Parsial (Uji T)	86

4.2.7	Uji Stimultan F	88
4.2.8	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	89
4.3	Pembahasan Penelitian	90
BAB V PENUTUP		96
4.4	Kesimpulan	96
4.5	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA		98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	34
--------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3. 2 Kriteria Validitas Instrumen	46
Tabel 4. 1 Rangkuman Hasil Uji Validitas Pengaruh Iklan Di Media Youtube Pada Iklan Adakami Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Di 5 Alfamart Kecamatan Palmerah	52
Tabel 4. 2 Hasil uji reliabilitas variabel iklan adakami (X)	74
Tabel 4. 3 Hasil uji reliabilitas variabel kepuasan nasabah (Y).....	74
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4. 5 Hasil responden berdasarkan variabel iklan adakami	75
Tabel 4. 6 Hasil responden berdasarkan variabel iklan adakami	80
Tabel 4. 7 Hasil uji chi square.....	85
Tabel 4. 8 Hasil uji pasial.....	86
Tabel 4. 9 Hasil uji F.....	88