

The logo for GadgetIn, featuring the word "Gadget" in red and "In." in white, set against a dark blue background.

GadgetIn.

**PENGARUH INFORMASI *REVIEW SMARTPHONE* DI MEDIA SOSIAL
YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (SURVEI PADA
SUSCRIBERS CHANNEL YOUTUBE GADGETIN)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Nama : Ghanie Akbar Maulana

NIM : 1710411232



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

LEMBAR PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselasaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi.

Keluarga Tercinta

Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada keluarga terhebat dalam hidup saya, **Ayahanda, Ibunda,dan Kakaku Mas Hilmi**. Mereka lah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai. Aku selamanya bersyukur dengan keberadaan kalian sebagai keluarga ku. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepadaku.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : **Ghanie Akbar Maulana**

NIM : **1710411232**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini mana, saya bersedia dituntun dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 23 Juli 2021

Yang menyatakan,



Ghanie Akbar Maulana

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Ghanie Akbar Maulana
NIM : 1710411232
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : -
Judul : **Pengaruh Informasi *Review Smartphone* di Media Sosial *Youtube* Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada *Subscribers Channel Youtube GadgetIn*)**

Bahwa penulisan skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing I maupun Pembimbing II skripsi dan Ketua Program Studi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing I



(Dr. Antar Venus, M.A.Comm.)

Pembimbing II



(Dian Tri Hapsari, S.Sos., M.Si.)

Ketua Program Studi



(Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si)

Ditetapkan di: Jakarta
Tanggal Ujian: 23 Juli 2021

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“Pengaruh Informasi *Review Smartphone* di Media Sosial *Youtube* Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada *Subscribers Channel Youtube GadgetIn*)** dapat diselesaikan dengan baik.

Proses penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materil. Dalam kesempatan ini dengan segala hormat, perkenankanlah peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung proses penyelesaian penelitian ini, antara lain kepada :

1. Dr. Antar Venus, M.A.Comm, Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun untuk peneliti selama proses penelitian dan penyusunan skripsi.
2. Dian Tri Hapsari, S.Sos, M.Si, Dosen Pembimbing 2 yang senantiasa memberikan kritik dan saran bermanfaat dalam penulisan skripsi peneliti.
3. Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Navisha Ayuningtyas, Terima kasih atas doa, dukungan, kasih sayang, pengertian, dan kesabarannya selama ini. *Te quiero mucho!*
6. Teman-teman dekat seperjuangan sejak menjadi mahasiswa baru hingga saat ini, yakni Melvin Ericson, Arya Yudha, Aditya, Andre Kurniawan, Ahmad Malikusshubuh, dan Muhammad Carvinsyah yang menjadi tempat untuk bercerita dan bertukar pikiran, saling mendukung dan memberikan semangat hingga bisa diselesaikan penelitian ini.

7. Rekan-rekan mahasiswa Ilmu Komunikasi UPNVJ 2017 yang berjuang bersama- sama selama perjalanan akademis peneliti hingga bisa menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah dikerjakan dengan maksimal tentu memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, segala kritik dan saran yang membangun diharapkan oleh peneliti guna meningkatkan mutu penelitian ini.

Jakarta, Juli 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ghanie', with a horizontal line underneath it.

Ghanie Akbar Maulana

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ghanie Akbar Maulana
NIM : 1710411232
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsetrasi : -

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksekutif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul: **Pengaruh Informasi *Review Smartphone* di Media Sosial *Youtube* Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada *Subscribers Channel Youtube GadgetIn*)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi skripsi Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Yang menyatakan,



Ghanie Akbar Maulana

**PENGARUH INFORMASI *REVIEW SMARTPHONE* DI MEDIA SOSIAL
YOUTUBE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(SURVEI PADA *SUSBCRIBERS CHANNEL YOUTUBE GADGETIN*)**

Abstrak

Salah satu fenomena yang sangat ramai saat ini adalah banyaknya masyarakat yang berniat membeli *smartphone* untuk kebutuhan berbagi di media sosial dan mencari pengalaman yang baru. Dengan adanya fenomena tersebut menjadi menarik diteliti karena masyarakat saat ini sedang gencar mencari *smartphone* yang paling tepat untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu akses informasi yang bisa digunakan masyarakat untuk mencari informasi tentang *smartphone* adalah informasi *review smartphone* yang dibuat oleh *channel youtube GadgetIn*. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh positif dari informasi *review smartphone* di *youtube* terhadap minat beli konsumen dengan melakukan survei kepada *subscribers channel youtube GadgetIn*. Teori yang digunakan pada penelitian ini ialah teori *cognitive response*. Teori ini berfokus untuk menentukan respon seperti apa yang ditimbulkan dari suatu pesan iklan yang dilihat dari tiga gagasan yaitu pemikiran terhadap produk/pesan, pemikiran tentang sumber, dan pemikiran terhadap iklan. Dengan menggunakan teori *cognitive response* kita dapat melihat respon dari konsumen setelah melihat pesan iklan yang akan mempengaruhi sikap konsumen akan merek dan iklan yang nantinya akan mendorong adanya minat beli. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Penelitian ini dilaksanakan selama sepuluh bulan dari bulan Oktober hingga bulan Juli. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dan *purposive sampling*. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh positif dari informasi *review smartphone* di *youtube* terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci: Media sosial, *youtube*, *cognitive response*, minat beli.

***The Influence of Smartphone Review Information on Social Media
Youtube on Consumer Purchase Intention
(Survey on GadgetIn Youtube Channel Subscribers)***

Abstract

One of the phenomena that is very big today is the number of people who intend to buy smartphones for sharing needs on social media and looking for new experiences. With this phenomenon, it becomes interesting to study because people are currently intensively looking for the most appropriate smartphone to meet their needs. One of the access information that can be used by the public to find information about smartphones is smartphone review information created by the GadgetIn youtube channel. This study aims to prove whether or not there is a positive influence from smartphone review information on YouTube on consumer purchase intention by conducting a survey to GadgetIn's youtube channel subscribers. The theory used in this research is cognitive response theory. This theory focuses on determining what kind of response is generated from an advertising message seen from three ideas, namely thoughts on products/messages, thoughts on sources, and thoughts on advertising. By using cognitive response theory, we can see the response from consumers after seeing advertising messages that will affect consumer attitudes towards brands and advertisements which will later encourage buying interest. The method in this study uses quantitative methods with the type of explanatory research. This research was conducted for ten months from October to July. The sample in this study amounted to 100 respondents using non-probability sampling and purposive sampling techniques. The instrument test uses validity and reliability tests. Data analysis in this study used a simple linear regression test, coefficient of determination, and hypothesis testing. The results of this study indicate that H_0 is rejected and H_a is accepted, so there is a positive influence from smartphone review information on YouTube on consumer purchase intention.

Keywords: *Social media, youtube, cognitive response theory, & purchase intention.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
Abstrak.....	vii
<i>Abstract</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Konsep Penelitian.....	17

2.2.1	Komunikasi	17
2.2.2	<i>New media</i> Sebagai Media Promosi.....	18
2.2.3	Minat Beli.....	26
2.3	Teori Penelitian	28
2.3.1	Teori <i>Cognitive Respones</i>	28
2.4	Kerangka Berpikir	30
2.5	Operasional Variabel	31
2.6	Hipotesis	32
BAB 3	33
METODE PENELITIAN	33
3.1	Metode Penelitian	33
3.2	Populasi dan Sampel	33
3.2.1	Populasi	33
3.2.2	Sampel	34
3.3	Metode Pengumpulan Data	35
3.3.1	Uji Validitas	36
3.3.2	Uji Reliabilitas	38
3.4	Metode Analisis Data	40
3.4.1	Uji Regresi Linier Sederhana.....	40
3.4.2	Koefisien Determinasi	41
3.4.3	Uji Hipotesis.....	41
3.5	Waktu dan Lokasi Penelitian	42
BAB IV	43

HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	43
4.1.1 Profil <i>Youtube GadgetIn</i>	43
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Karakteristik Responden	45
4.2.2 Analisis Variabel X (<i>Informasi Review Smartphone GadgetIn</i>).....	47
4.2.3. Analisis Variabel Y (<i>Informasi Review Smartphone GadgetIn</i>).....	61
4.2.4 Uji Regresi.....	70
4.2.5 Koefisien Determinasi	71
4.2.6 Uji Hipotesis.....	72
4.3 Pembahasan.....	73
BAB V.....	78
KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2. Model Respon Kognitif.....	28
Tabel 3. Kerangka Berfikir	30
Tabel 4. Operasional Variabel.....	31
Tabel 5. Skala Likert.....	35
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel X	37
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Y	38
Tabel 8. Tingkat Reliabilitas Alpha Cronbach's.....	39
Tabel 9. Uji Realibilitas Variabel X.....	39
Tabel 10. Uji Realibilitas Variabel Y.....	40
Tabel 11. Waktu Penelitian.....	42
Tabel 12. Usia Responden.....	45
Tabel 13. Jenis Kelamin.....	46
Tabel 14. Pekerjaan.....	46
Tabel 15. Pertanyaan 1	47
Tabel 16. Pernyataan 1	48
Tabel 17. Pernyataan 2.....	48
Tabel 18. Pernyataan 3.....	49
Tabel 19. Pernyataan 3.....	50
Tabel 20. Pernyataan 5.....	51
Tabel 21. Pernyataan 6.....	52
Tabel 22. Pernyataan 7.....	53
Tabel 23. Pernyataan 8.....	54
Tabel 24. Pernyataan 9.....	55
Tabel 25. Pernyataan 10.....	56
Tabel 26. Pernyataan 11	57
Tabel 27. Pernyataan 12.....	58
Tabel 28. Pernyataan 13.....	59

Tabel 29. Pernyataan 14.....	60
Tabel 30. Pernyataan 15.....	61
Tabel 31. Pernyataan 1.....	62
Tabel 32. Pernyataan 2.....	62
Tabel 33. Pernyataan 3.....	63
Tabel 34. Pernyataan 4.....	64
Tabel 35. Pernyataan 5.....	64
Tabel 36. Pernyataan 6.....	65
Tabel 37. Pernyataan 7.....	66
Tabel 38. Pernyataan 8.....	67
Tabel 39. Pernyataan 9.....	67
Tabel 40. Pernyataan 10.....	68
Tabel 41. Pernyataan 11.....	69
Tabel 42. Hasil uji regresi Variabel X (Informasi review smartphone) dengan variabel Y (Minat beli konsumen).....	70
Tabel 43. Koefisien Determinasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pengguna Internet di indonesia.....	1
Gambar 2. Youtube Sebagai Media Sosial No.1 di Indonesia.....	3
Gambar 3. Jumlah Pengguna Smartphone di Indonesia.....	4
Gambar 4. Pasar Brand Smartphone 2020	5
Gambar 5. Total Penonton Review Channel Youtube GadgetIn	6
Gambar 6. Logo GadgetIn.....	43