



Judul Skripsi:

**PENGARUH TERPAAN IKLAN NU GREEN TEA VERSI NCT
127 DI *INSTAGRAM* TERHADAP MINAT BELI**
(Survey Kepada *Followers* Akun *Instagram* Nu Green Tea)

**Skripsi ini di ajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Nama : Eko Hardiyanto

NIM : 1410411088



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**

JAKARTA 2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Eko Hardiyanto
NIM : 1410411088
Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 25 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Eko Hardiyanto

The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow rectangular stamp. The stamp contains the text 'KUTUBAI LAMPIL' and some smaller, less legible text. The signature is written in a cursive style.

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Eko Hardiyanto
NIM : 1410411088
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non- Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH TERPAAN IKLAN NU GREEN TEA VERSI NCT 127 DI
INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI

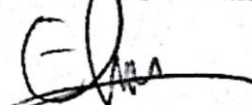
Beserta perangkat yang ada (Jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihkan media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencatumkan sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 25 Agustus 2021

Yang menyatakan,


Eko Hardiyanto

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Eko Hardiyanto

NIM : 1410411088

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **PENGARUH TERPAAN IKLAN NU GREEN TEA
VERSI NCT 127 DI *INSTAGRAM* TERHADAP
MINAT BELI (Survey Kepada *Followers* Akun *Instagram*
Nu Green Tea)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai 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



Lukman Saleh Waluyo, M.Si.

Pembimbing II



Puri Bestari Mardani, S. Hum., M.Si

KETUA PROGRAM STUDI



Maria Febiana Christanti, S. Sos, M. S

ABSTRAK

PENGARUH TERPAAN Iklan NU GREEN TEA VERSI NCT 127 DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI

(Survey Kepada Followers Akun Instagram Nu Green Tea)

Eko Hardiyanto

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Nu Green Tea Versi NCT 127 Di *Instagram* Terhadap Minat Beli (Survey Kepada *Followers* Akun *Instagram* Nu Green Tea)” .Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Iklan NU Green Tea Versi NCT 127 di *Instagram* terhadap minat beli..

Hasil penelitian ini melalui berbagai uji seperti uji korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan uji T. Uji korelasi menggunakan uji korelasi *pearson product moment* dengan hasil sebesar sebesar 0,850, yang menandakan bahwa korelasi yang sempurna antar dua variabel. Uji koefisien determinasi memiliki hasil sebesar 70,5% yang menandakan bahwa variabel X memiliki pengaruh positif (iklan Instagram) terhadap variable Y (minat beli).

Uji hipotesis memiliki hasil nilai t hitung sebesar 15,997, sedangkan nilai t tabel adalah 1,661 dan nilai signifikansi yaitu 0,10. Berdasarkan nilai tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan dapat disimpulkan bahwa Iklan Nu Green Tea Versi NCT 127 di *Instagram* berpengaruh terhadap minat beli.

Kata Kunci: Iklan Instagram, Minat Beli, Nu Green Tea, *K-Pop*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF IKLAN NU GREEN TEA VERCION NCT 127 ON INSTAGRAM INTEREST TO BUY

(Survey To Nu Green Tea Instagram Account Followers)

Eko Hardiyanto

This study is entitled "The Influence of Nu Green Tea Advertisements on NCT 127 Version on Instagram on Buying Interest (Survey for Nu Green Tea Instagram Account Followers)". The purpose of this study is to find out how much influence NU Green Tea Version NCT 127 on Instagram has on buying interest.

The results of this study through various tests such as correlation test, coefficient of determination test and hypothesis testing with T test. The correlation test uses the Pearson product moment correlation test with a result of 0.850, which indicates that the correlation is perfect between the two variables. The coefficient of determination test has a result of 70.5% which indicates that the X variable has a positive influence (Instagram advertising) on the Y variable (buying interest).

The hypothesis test has a t-count value of 15.997, while the t-table value is 1.661 and the significance value is 0.10. Based on this value, Ho is rejected and Ha is accepted, and it can be concluded that the NCT 127 Version of Nu Green Tea Advertisement on Instagram has an effect on buying interest.

Keywords: Instagram Ads, Buying Interest, Nu Green Tea, K-Pop

KATA PENGANTAR

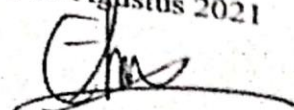
Puji syukur, penulis panjatkan kepada Tuhan Maha Esa, yang melimpahkan berkat-Nya dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini tersusun karena bantuan dari beberapa pihak. Pada kesempatan yang baik ini, perkenankan penulis untuk menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang membantu serta mendukung kelancaran penulisan skripsi penelitian ini. Penulis dengan rasa hormat sedalam-dalamnya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1 Tuhan yang Maha Esa, karena dengan berkat-Nya dan karunia-Nya yang sangat berlimpah kepada penulis sehingga dapat diberikan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.
- 2 Kedua orang tua peneliti yang senantiasa membantu dan mendukung peneliti baik secara moral sampai dengan materi dalam pengerjaan skripsi ini.
- 3 Dekan FISIP, Bapak Dr. R. Dudy Heryadi, yang telah memfasilitasi penulis dengan segala kebijakannya yang telah dibuat mengenai sarana dan prasarana.
- 4 Dosen pembimbing satu yaitu, Lukman Saleh Waluyo, M.Si. yang membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi ini serta memberi masukan yang cukup banyak kepada peneliti dalam membuat skripsi.
- 5 Dosen pembimbing dua yaitu, Puri Bestari Mardani, S. Hum., M.Si. yang membantu memberikan masukan terhadap teknik penulisan yang baik dan benar sesuai dengan APA Style.
- 6 Salma Elsa Tiziana sebagai wanita yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam membuat penelitian ini

- 7 Rifa Azzahra yang membantu penulis melalui moral serta sekali-kali menemani sampai memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
- 8 Afriyan Hermansyah, Dicky Prasetyo dan Dwi Yuliyanti yang membantu penulis melalui moral serta sekali-kali menemani sampai memberikan saran.
- 9 PT ABC President Indonesia yang memberikan dukungan kepada penulis dalam melakukan penelitian ini, kepada semua pihak yang telah berkontribusi yang tidak dapat penulis katakan satu persatu dalam pembuatan penelitian ini.

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi penyusunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu dengan tangan terbuka penulis menerima segala saran dan kritik dari pembaca agar penulis dapat memperbaiki penyusunan penelitian ini. Akhir kata penulis berharap semoga penelitian yang berjudul "PENGARUH TERPAAN IKLAN NU GREEN TEA VERSI NCT 127 DI *INSTAGRAM* TERHADAP MINAT BELI (Survey Kepada *Followers* Akun *Instagram* Nu Green Tea)" Ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi terhadap pembaca.

Jakarta, 25 Agustus 2021


Eko Hardiyanto

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTIANGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTARCT	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Akademis.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis	7
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Konsep-Konsep Penelitian	14
2.2.1. Periklanan Sebagai Proses Komunikasi	14
2.2.2. Pengertian Periklanan	15
2.2.3. Fungsi Periklanan	16
2.2.4. Tujuan Periklanan	17
2.2.5. Sumber Pesan Iklan	17

2.2.6.	Tayangan Iklan	18
2.2.7.	Iklan <i>Instagram</i>	19
2.2.8.	Minat Beli	22
2.3.	Teori Penelitian	23
2.3.1.	Teori ATR	24
2.4.	Kerangka Berfikir.....	25
2.5.	Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1.	Metode Penelitian	27
3.1.1.	Pendekatan Penelitian	28
3.1.2.	Jenis Penelitian.....	28
3.1.3.	Paradigma Penelitian	29
3.1.4.	Metode Penelitian	29
3.2.	Populasi dan Sampel	30
3.2.1.	Populasi	30
3.2.2.	Sampel	31
3.2.3.	Teknik Pengambilan Sampel	32
3.3.	Metode Pengumpulan Data	33
3.3.1.	Data Primer	33
3.3.2.	Data Sekunder	34
3.4.	Metode Analisis Data	34
3.4.1.	Uji Validitas	34
3.4.2.	Uji Reliabilitas	35
3.4.3.	Uji Korelasi	37
3.4.4.	Uji Koefisien Determinasi	38
3.4.5.	Uji Hipotesis	38
3.5.	Hasil Pre Test	39
3.5.1.	Uji Validitas	39
3.5.2.	Hasil Uji Reliabilitas	41
3.5.3.	Variabel Operasional	43
3.6.	Waktu dan Lokasi Penelitian	44

BAB IV PEMBAHASAN	44
4.1 Profil PT.ABC President Indonesia	44
4.1.1 Sejarah PT. ABC President Indonesia	46
4.1.2 Visi & Misi PT. ABC President Indonesia	46
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Karakteristik Responden	47
4.3 Analisis Variabel X	48
4.4 Analisis Variabel Y	58
4.5 Uji Korelasi	67
4.6 Uji Determinasi	68
4.7 Uji Hipotesis	68
4.8 Pembahasan	69
BAB V PENUTUP	75
5.1. Kesimpulan.....	76
5.2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. Kerangka Berfikir	26
Tabel 3. Data Skala Likert	33
Tabel 4. Nilai Alpha Cronbach	36
Tabel 5. Uji Validitas Varibel X	41
Tabel 6. Uji Validitas Varibel Y	41
Tabel 7. Nilai Alpha Cronbach	42
Tabel 8. Uji Relibilitas Varibel X	43
Tabel 9. Uji Reliabilitas Varibel Y	43
Tabel 10. Operasionalisasi Variabel	43
Tabel 11. Waktu Penelitian	44
Tabel 12. Data responden berdasarkan jenis kelamin	47
Tabel 13. Data responden berdasarkan usia	47
Tabel 14. Data responden berdasarkan pekerjaan	48
Tabel 15. X1	48
Tabel 16. X2	49
Tabe 17. X3	49
Tabel 18. X4	49
Tabel 19. X5	51
Tabel 20. X6	51
Tabel 21. X7	52
Tabel 22. X8	53
Tabel 23. X9	53
Tabel 24. X10	54
Tabel 25. X11	55
Tabel 26. X12	55
Tabel 27. X13	56
Tabel 28. X14	56
Tabel 29. X15	57

Tabel 30. X16.....	58
Tabel 31. Y1.....	58
Tabel 32. Y2.....	59
Tabel 33. Y3.....	60
Tabel 34. Y4.....	60
Tabel 35. Y5.....	61
Tabel 36. Y6.....	62
Tabel 37. Y7.....	62
Tabel 38. Y8.....	63
Tabel 39. Y9.....	64
Tabel 40. Y10.....	64
Tabel 41. Y11.....	65
Tabel 42. Y12.....	66
Tabel 43. Tabel Correlations.....	67
Tabel 44. Koefesien Determinasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penyebaran Fans K-Pop di Indonesia	4
Gambar 2. Iklan Nu Green Tea Versi NCT 27	6
Gambar 3. Pengguna Instagram di Indonesia	21
Gambar 4. Official Account Instagram Nu Green Tea	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2. Pernyataan Kuesioner

Lampiran 3. Kuesioner Google Formulir

Lampiran 4. Hasil Kuesioner Variabel X

Lampiran 5. Hasil Kuesioner Varian

