



Judul Skripsi :

**“PENGARUH TERPAAN IKLAN REALME MELALUI *INSTAGRAM*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA SMARTPHONE”**

(Survey pada *followers* akun *Instagram* @realmestoreindonesia)

Skripsi ini digunakan untuk memenuhi persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Wisnu Wahyu Saputro

NIM : 1510411115



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Wisnu Wahyu Saputro

NIM : 1510411115

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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



Wisnu Wahyu Saputro

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Wisnu Wahyu Saputro

NIM : 1510411115

Program Studi : Ilmu Komunikasi

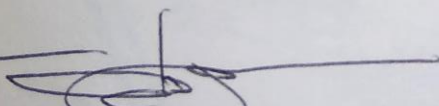
Konsentrasi : Periklanan

Judul : **“Pengaruh Terpaan Iklan Realme Melalui *Instagram* Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Smartphone”**

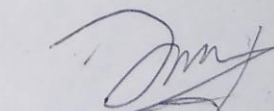
Telah berhasil dipertahakan di hadapan penguji dan diterima sebagai syarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

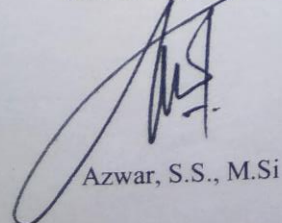


Dr. Ispawati Asri, MM



Ahmad Zakki A, M.Si

Ketua Program Studi



Azwar, S.S., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 11 Juli 2019

KATA PENGANTAR

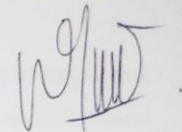
Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat yang telah diberikan, penulis sehingga penulis dapat penelitian skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang berjudul **“Pengaruh Terpaan Iklan Realme Melalui *Instagram* Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Smartphone”** ini dengan sebaik mungkin.

Selama penulisan dan penyusunan penelitian, penulis mendapatkan bimbingan serta bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih antara lain kepada:

- 1) Allah SWT
- 2) Kepada Orangtua penulis, Sukiman dan Sumini yang telah memberikan dukungan kepada penulis
- 3) Drs. R. Dudy Heryadi, M.Si., sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang telah memfasilitasi dengan segala kebijakan-kebijakan yang telah dibuat, mengenai sarana dan prasarana.
- 4) Azwar S.S., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 5) Yuliani Widyaningsih, M.Si, Selaku Pembimbing Akademik.
- 6) Dr. Ispawati, MM, Selaku Pembimbing Utama Skripsi.
- 7) Ahmad Zakki, M.Si, Selaku Pembimbing Pendamping Skripsi.
- 8) Teman - teman Ilmu Komunikasi angkatan 2015 yang telah banyak membantu saya dalam pembuatan laporan ini.
- 9) *Followers Instagram @realmestoreindonesia* yang telah bersedia untuk menjawab kuesioner penelitian.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan ini. Untuk itu penulis mohon maaf dan meminta pengertian sebesar-besarnya apabila terdapat kekeliruan, kesalahan ataupun segala kekurangan dalam penulisan laporan ini.

Jakarta, 11 Juli 2019



Wisnu Wahyu Saputro

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Wisnu Wahyu Saputro
NIM : 1510411115
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

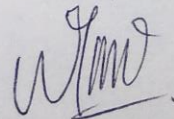
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Terpaan Iklan Realme Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Smartphone”**. 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 mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 11 Juli 2019

Yang Menyatakan,



Wisnu Wahyu Saputro

**“PENGARUH TERPAAN IKLAN REALME MELALUI *INSTAGRAM*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA SMARTPHONE”**

(Survey pada *followers* akun *Instagram* @realmestoreindonesia)

WISNU WAHYU SAPUTRO

Abstrak

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui besaran pengaruh terpaan iklan Realme melalui *Instagram* terhadap keputusan pembelian pengguna *smartphone*. Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teori *cognitive responses*. Sampel penelitian ini adalah *followers Instagram* @realmestoreindonesia. Teknik sampel yang digunakan adalah *probability sampling*. Metode pengumpulan data penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada *followers Instagram* @realmestoreindonesia melalui *direct message*. Hasil penelitian ini berdasarkan uji korelasi menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat antara terpaan iklan Realme melalui *Instagram* terhadap keputusan pembelian pengguna *smartphone*. Berdasarkan hasil koefisien determinasi, dapat diketahui bahwa terpaan iklan Realme di *instagram* memiliki pengaruh sebesar 61,3% terhadap keputusan pembelian pengguna *smartphone*.

Kata Kunci : Terpaan Iklan, Keputusan Pembelian, *Instagram*

“THE INFLUENCE OF REALME ADVERTISING EXPOSURE THROUGH INSTAGRAMS ON SMARTPHONE USERS PURCHASE DECISIONS”

(Survey on followers Instagram @realmestoreindonesia)

WISNU WAHYU SAPUTRO

Abstract

The purpose of this study was to find out the magnitude of the effect of Realme advertising exposure via Instagram on purchasing decisions of smartphone users. The type of research in this study is quantitative research. This study uses cognitive responses theory. The sample of this study is @realmestoreindonesia Instagram followers. The sample technique used is probability sampling. Methods of research data collection by distributing questionnaires to @realmestoreindonesia Instagram followers through direct message. The results of this study based on the correlation test indicate that there is a strong relationship between Realme exposure advertisements through Instagram on purchasing decisions of smartphone users. Based on the results of the coefficient of determination, it can be seen that the exposure of Realme advertisements on Instagram has an influence of 61.3% on purchasing decisions of smartphone users.

Keywords : *exposure to advertising, purchase decisions, Instagram*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Konsep Penelitian	14
2.2.1 Terpaan Iklan.....	14
2.2.2 Keputusan Pembelian	15
2.3 Teori Penelitian	18
2.3.1 Teori <i>Cognitive Responses</i>	18
2.3.2 Komunikasi	20
2.3.3 Periklanan	21
2.3.4 Perilaku Konsumen	23
2.3.5 Media Baru (<i>New Media</i>).....	24
2.3.6 Media Sosial.....	25
2.4 Kerangka Berfikir	27
2.5 Definisi Operasional Variabel.....	28

2.6 Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI	30
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	31
3.3 Metode Pengumpulan Data	33
3.4 Metode Analisis Data	33
3.4.1 Uji Validitas	34
3.4.2 Uji Reliabilitas	36
3.4.3 Uji Korelasi	38
3.4.4 Koefisien Determinasi	39
3.4.5 Uji Hipotesis	39
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	41
4.1.1 Sejarah Realme	41
4.2 Hasil Penelitian	42
4.2.1 Karakteristik Responden	43
4.2.2 Analisis Dimensi Variabel X (Terpaan Iklan)	44
4.2.3 Analisis Dimensi Variabel Y (Keputusan Pembelian)	52
4.2.4 Uji Korelasi	58
4.2.5 Koefisien Determinasi	59
4.2.6 Uji Hipotesis	60
4.3 Pembahasan	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2 Kerangka Berfikir	27
Tabel 3 Operasional Variabel	28
Tabel 4 Data Skala Likert	33
Tabel 5 Uji Validitas Variabel X Pretes	35
Tabel 6 Uji Validitas Variabel Y Pretes	35
Tabel 7 Uji Reliabilitas	37
Tabel 8 Uji Reliabilitas Variabel X Pretes.....	37
Tabel 9 Uji Reliabilitas Variabel Y Pretes.....	38
Tabel 10 Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi	38
Tabel 11 Waktu dan Tempat Penelitian.....	40
Tabel 12 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 13 Usia Responden	43
Tabel 14 Pekerjaan Responden	43
Tabel 15 Pernyataan X1	44
Tabel 16 Pernyataan X2.....	44
Tabel 17 Pernyataan X3.....	45
Tabel 18 Pernyataan X4.....	45
Tabel 19 Pernyataan X5.....	46
Tabel 20 Pernyataan X6.....	46
Tabel 21 Pernyataan X7	47
Tabel 22 Pernyataan X8.....	47
Tabel 23 Pernyataan X9.....	47
Tabel 24 Pernyataan X10.....	48
Tabel 25 Pernyataan X11	48
Tabel 26 Pernyataan X12.....	49
Tabel 27 Pernyataan X13.....	49
Tabel 28 Pernyataan X14.....	49
Tabel 29 Pernyataan X15.....	50

Tabel 30 Penilaian Variabel X.....	51
Tabel 31 Pernyataan Y1.....	52
Tabel 32 Pernyataan Y2.....	52
Tabel 33 Pernyataan Y3.....	52
Tabel 34 Pernyataan Y4.....	53
Tabel 35 Pernyataan Y5.....	53
Tabel 36 Pernyataan Y6.....	54
Tabel 37 Pernyataan Y7.....	54
Tabel 38 Pernyataan Y8.....	54
Tabel 39 Pernyataan Y9.....	55
Tabel 40 Pernyataan Y10.....	55
Tabel 41 Pernyataan Y11.....	56
Tabel 42 Pernyataan Y12.....	56
Tabel 43 Penilaian Variabel Y.....	57
Tabel 44 Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi.....	58
Tabel 45 Uji Korelasi.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Akun <i>Instagram @realmestoreindonesia</i>	4
Gambar 2 Penjualan Smartphone di dunia pada tahun 2017 dan 2018	5
Gambar 3 Penjualan Realme di Indonesia	6
Gambar 4 Model Respon Kognitif.....	18
Gambar 5 Logo Realme	41