

Judul Skripsi :

PENGARUH IKLAN *YOUTUBE* “MODAL #PERCAYA ASLI TJAP INDONESIA” PADA CHANNEL *YOUTUBE* GRAB INDONESIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRAB

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

Nama : Vito Rakha Adi Kusumo

NIM : 1610411111



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA 2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Vito Rakha Adi Kusumo

NIM : 1610411111

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, Juni 2023



Vito Rakha Adi K

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Vito Rakha Adi Kusumo

NIM : 1601411111

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

JUDUL : Pengaruh Iklan YouTube “Modal #Percaya Asli Tjap Indonesia” pada Channel YouTube Grab Indonesia Terhadap Loyalitas Pelanggan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Irpan Ripai S., S.E., M.si)

Penguji 1



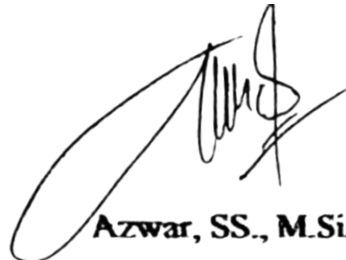
(Dra. Siti Maryam ., M.si)

Penguji 2



(Ratu Nadya W S.Ikom., M.M)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 6 Juli 2023

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Vito Rakha Adi Kusumo
NIM : 1610411111
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 IKLAN YOUTUBE “MODAL #PERCAYA ASLI TJAP INDONESIA” PADA CHANNEL YOUTUBE GRAB INDONESIA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN GRAB.** 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 peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : Juni 2023



Vito Rakha Adi Kusumo

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, saya mengucapkan syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, Ia telah membimbing serta mengizinkan saya untuk menyelesaikan skripsi saya ini yang berjudul **Pengaruh Iklan YouTube “Modal #Percaya Asli Tjap Indonesia pada channel YouTube Grab Indonesia Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab.** sebagai salah satu syarat saya untuk lanjut ke tahap selanjutnya. Dalam penulisan skripsi ini, peneliti sangat mendapat banyak motivasi dan dukungan semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
2. Dr. Kusumajanti, M.Si. selaku Wadep 1 Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jakarta.
3. Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jakarta.
4. Irpan Ripa’i Sutowo, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing, atas bimbingan dan arahannya mulai dari proses perancangan, penelitian hingga terselesaikannya karya tulis ini.
5. Kedua Orang Tua saya yang Tercinta, Ibu Kustati dan Bapak Anton, yang selalu memberi mendukung dan memberi saya semangat serta membesarkan saya hingga sampai saat ini. Tidak lupa juga Mas Hendrik yang selalu mengingatkan penulis tentang skripsi.

Teman-teman saya dalam mengerjakan skripsi, Zikri, Harry, Asfian, Yulio, Qeis, Reza dan seluruh teman-teman mahasiswa/i FISIP UPN “Veteran” Jakarta yang sudah menjadi teman dan memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan masukan serta kritik yang membangun guna untuk memperbaiki penelitian ini. Dan semoga penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi siapapun kedepannya.

Akhir kata, saya sangat berharap skripsi ini dapat berguna bagi orang lain

dan dapat membantu dimanapun mereka yang membutuhkan.

Jakarta, Juni 2023

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to be 'Vito' followed by a more complex set of characters.

Vito Rakha Adi Kusumo

**PENGARUH IKLAN *YOUTUBE* “MODAL #PERCAYA ASLI TJAP
INDONESIA” PADA CHANNEL *YOUTUBE* GRAB INDONESIA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN GRAB**

Vito Rakha Adi Kusumo

ABSTRAK

Penelitian ini membahas pengaruh iklan YouTube “Modal #Percaya Asli Tjap Indonesia” pada channel YouTube Grab Indonesia terhadap loyalitas pelanggan Grab. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh iklan tersebut pada loyalitas pelanggan Grab dan seberapa besar pengaruhnya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Kemungkinan Elaborasi dan metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah subscriber YouTube Grab Indonesia, dan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik non-probability sampling. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 for Windows. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi, didapatkan hasil pengaruh terpaan iklan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 70,7%, sedangkan sisanya 29,3% adalah pengaruh oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa t hitung 15,473 > t tabel 1,665, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai R yang didapatkan melalui uji korelasi sebesar 0,841 yang berada pada kategori nilai koefisien korelasi menunjukkan tingkat pengaruh yang sangat kuat. Dapat disimpulkan bahwa iklan YouTube “Modal #Percaya Asli Tjap Indonesia” memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap loyalitas pelanggan Grab pada subscriber YouTube Grab Indonesia

Kata Kunci: Iklan, Komunikasi Pemasaran, Loyalitas Pelanggan, Periklanan, Youtube.

**THE EFFECT OF YOUTUBE ADVERTISING “MODAL #PERCAYA
ASLI TJAP INDONESIA” ON THE GRAB INDONESIA YOUTUBE
CHANNEL ON GRAB CUSTOMER LOYALTY**

Vito Rakha Adi Kusumo

ABSTRACT

This research discusses the effect of the YouTube ad "Modal #Percaya Asli Tjap Indonesia" on the Grab Indonesia YouTube channel on Grab customer loyalty. The purpose of this study is to determine whether there is an influence of the YouTube ad on Grab customer loyalty and how significant the influence is. The theory used in this study is the Elaboration Likelihood Theory, and the method used is quantitative research. The population in this study is the subscribers of Grab Indonesia's YouTube channel, and the sample used is 100 respondents using the Taro Yamane formula with a non-probability sampling technique. Data processing in this study uses SPSS version 25 for Windows. Based on the coefficient of determination calculation, the result shows that the influence of ad exposure on customer loyalty is 70.7%, while the remaining 29.3% is the influence of other variables that were not examined in this study. The hypothesis testing results using the t-test show that the calculated t-value of 15.473 > t-table of 1.665, then it can be concluded that H₀ is rejected and H_a is accepted. The R value obtained through the correlation test is 0.841, which is in the category of a very strong correlation coefficient value. It can be concluded that the YouTube ad "Modal #Percaya Asli Tjap Indonesia" has a very strong influence on Grab customer loyalty among subscribers of Grab Indonesia's YouTube channel..

Keywords: Advertising , Customer Loyalty, Marketing Communication, , Youtube.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	II
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	IV
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XV
BAB 1	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Manfaat Akademis.....	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penulisan	Error! Bookmark not defined.
BAB 2	Error! Bookmark not defined.
2.1 Konsep – Konsep Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Periklanan Dalam Komunikasi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
defined.	
2.1.2 Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Media.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Media Digital	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.1.6 <i>YouTube</i>	Error! Bookmark not defined.

2.17	Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.2	Elaboration Likelihood Theory (Teori Kemungkinan Elaborasi)	Error! Bookmark not defined.
2.3	Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.
2.4	Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB 3		Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.1	Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.2	Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.3	Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Data Sekunder.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Metode Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.4.3	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.4.4	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.5	Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
3.4.6	Uji Korelasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.7	Uji Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
3.4.8	Uji Regresi	Error! Bookmark not defined.
3.4.9	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.5	Waktu dan Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB 4		Error! Bookmark not defined.
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Sejarah Grab.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Iklan Grab “Modal #percaya Asli Tjap Indonesia	Error! Bookmark not defined.
	not defined.	

4.1.3 Visi dan Misi Grab	Error! Bookmark not defined.
4.2 Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Analisis Variabel X	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Analisis Variabel Y	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Analisis Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov)	Error! Bookmark not defined.
4.2.5 Hasil Uji Korelasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.6 Analisis Hasil Uji Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
4.2.7 Analisis Hasil Uji Regresi.....	Error! Bookmark not defined.
4.28 Analisis Hasil Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.3 Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB 5	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran.....	Error! Bookmark not defined.
Daftar Pustaka	Error! Bookmark not defined.
Lampiran A. Surat Permohonan Riset	Error! Bookmark not defined.
Lampiran B1. Lembar Kuesioner Google Form	Error! Bookmark not defined.
Lampiran B2. Tampilan Kuesioner <i>Google Form</i>	Error! Bookmark not defined.
Lampiran C. Tabel Induk Data Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran D1. Uji Validitas Variabel X (Iklan)	Error! Bookmark not defined.
Lampiran D2. Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran E1. Uji Reliabilitas Variabel X (Iklan).....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran E2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran F. Turnitin	Error! Bookmark not defined.
Lampiran G. TOEFL	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2

Tabel 2. 1 Kerangka Berpikir.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3

Tabel 3. 1 Pembobotan Skor Skala Likert.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 2 Operasional Variabel X.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 3 Operasional Variabel Y.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 4 Alpha Cronbachs's.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 2 Usia Responden.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 3 Pekerjaan.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 4 Berapa lama anda mengaskes YouTube dalam sehari? **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 5 Kapan Terakhir Kali Responden Membuka Youtube **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 6 Pernahkah anda melihat iklan YouTube Grab "Modal #percaya Asli Tjap Indonesia"?**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 7 Iklan “Modal #percaya Asli Tjap Indonesia” memberikan informasi kepada saya**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 8 Iklan Modal #percaya Asli Tjap Indonesia” membujuk saya untuk menggunakan Grab**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 9 Iklan “Modal #percaya Asli Tjap Indonesia” meyakinkan saya untuk memakai Grab**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 10 Pesan iklan “Modal #percaya Asli Tjap Indonesia” menarik perhatian saya.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 11Daya tarik iklan “Modal #percaya Asli Tjap Indonesia” mendorong saya untuk langsung menggunakan jasa Grab.**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 12 Daya tarik pesan dari iklan “Modal #percaya Asli Tjap Indonesia” membangkitkan keinginan saya untuk menggunakan jasa Grab **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 13 Pesan yang disampaikan pada “Modal #percaya Asli Tjap Indonesia” membuat saya sering ingat dan menginginkan menggunakan Grab **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 14 Iklan “Modal #percaya Asli Tjap Indonesia” dapat dimengerti dengan jelas **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 15 Iklan “Modal #percaya Asli Tjap Indonesia” yang ditampilkan di media YouTube memantapkan saya untuk menggunakan Grab. **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 16 Keinginan saya untuk menggunakan Grab dikarenakan iklan “Modal #percaya Asli Tjap Indonesia” dan media yang Digunakan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 17 Gaya iklan “Modal #percaya Asli Tjap Indonesia” yang disampaikan di media YouTube, menarik perhatian saya..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 18 Iklan “Modal #percaya Asli Tjap Indonesia” di YouTube mempengaruhi saya..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 19 Responden terbiasa menggunakan aplikasi Grab untuk membeli atau memesan online..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 20 Seberapa sering responden menggunakan aplikasi Grab **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 21 Responden tidak hanya tertarik dengan aplikasi Grab, tetapi juga hal-hal lain diluar itu yang berkaitan dengan Grab. Seperti artikel, merchandise, social media, event, dll **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 22 Responden mudah mengaplikasikan aplikasi Grab . **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 23 Tampilan aplikasi Grab menarik dan simple **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 24 Responden merasa nyaman dengan pelayanan Grab **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 25 Responden merasa puas dengan pelayanan Grab **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 26 Responden selalu menggunakan aplikasi transportasi online Grab **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 27 Responden merasa bangga dalam menggunakan aplikasi Grab .. **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 28 Responden percaya dengan layanan serta kualitas aplikasi Grab **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 29 Responden merekomendasikan untuk menggunakan aplikasi Grab kepada kerabat atau orang terdekat **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 30 Responden sering membahas keunggulan serta keunikan layanan aplikasi Grab **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 31 Aplikasi Grab lebih baik dibandingkan dengan aplikasi kompetitor lainnya **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 32 Tabel Uji Normalitas **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 33 Nilai Koefisien Korelasi **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 34 Hasil Uji Korelasi **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 35 Koefisien determinasi **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 36 Uji Regresi **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 5

Tabel 5. 1 Variabel X **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 5. 2 Variabel Y **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 5. 3 Variabel X dari SPSS **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 5. 4 Tabel Uji Validitas Variabel X SPSS Lengkap .. **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 5. 5 Tabel Uji Validitas Variabel Y SPSS Lengkap .. **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 5. 6 Tabel Uji Reliabilitas Variabel X **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 5. 7 Tabel Uji Reliabilitas Variabel Y **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Global Digital Headlines.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 2 Essential Digital Headlines**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 3 Pengguna Transportasi Online**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 4 Pengguna YouTube Terbanyak.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 5 Tangkapan Layar Iklan YouTube Grab**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 1 Cuplikan iklan "Modal #Percaya Asli Tjap Indonesia"
.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 2 Tampilan aplikasi Grab**Error! Bookmark not defined.**