



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DI *OFFICIAL ACCOUNTLINE*
STARBUCKS COFFEE "TUMBLER DAY" TERHADAP *BRAND LOYALTY*
(Survei Kepada *Followers Official Account LINE Starbucks Coffee*)**

**Skripsi Ini Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Nama : Husnaini Alif Al-humaya

NIM : 1410411059



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA



**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DI *OFFICIAL ACCOUNTLINE*
STARBUCKS COFFEE "TUMBLER DAY" TERHADAP *BRAND LOYALTY*
(Survei Kepada *Followers Official Account LINE Starbucks Coffee*)**

**Skripsi Ini Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

Nama :Husnaini Alif Al-humaya

NIM : 1410411059



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

ORISINILITAS

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

Nama : Husnaini Alif Al-humaya

NRP : 1410411059

Tanggal : 15 Januari 2018

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

Jakarta, 15 Januari 2018



Al-humaya

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Husnaini Alif Al-humaya
NRP : 1410411059
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Eclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DI *OFFICIAL ACCOUNT LINE STARBUCKS COFFEE “TUMBLER DAY” TERHADAP BRAND LOYALTY (SURVEI KEPADA FOLLOWERS OFFICIAL ACCOUNT LINE STARBUCKS COFFEE)***. 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 : 15 Januari 2018

Yang Menyatakan,



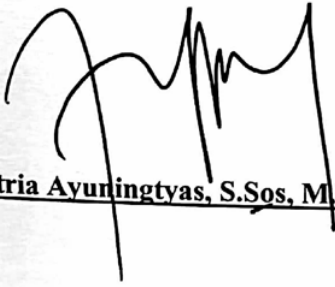
Husnaini Alif Al-humaya

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Husnaini Alif Al-humaya
NRP : 1410411059
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan
Judul Skripsi : **PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DI *OFFICIAL ACCOUNT LINE STARBUCKS COFFEE*“*TUMBLER DAY*” TERHADAP *BRAND LOYALTY* (Survei kepada *Followers Official Account Line Starbucks Coffee*)**

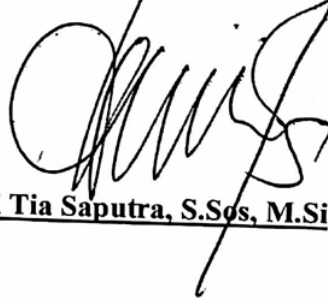
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing Utama



Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si

Pembimbing Pendamping



Windhi Tia Saputra, S.Sos, M.Si

Ketua Program Studi



Damayanti, S.Sos, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 15 Januari 2018

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul "**Pengaruh Daya Tarik Iklan Di *Official Account Linestarbucks Coffee "Tumbler Day"* Terhadap *Brand Loyalty (Suvei Kepada Followers Official Account Line Starbucks Coffee)***" dapat peneliti selesaikan. Terima Kasih kepada Bapak Dr. Antar Venus, M.A., Comm selaku Dekan FISIP Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jakarta, Ibu Damayanti S.Sos, M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Ibu Fitria Ayuningtyas S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing, Bapak dan Ibu dosen, serta staf dan karyawan FISIP Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jakarta yang sudah membantu selama masa perkuliahan.

Disamping itu, ucapan terimakasih juga disampaikan kepada kedua orang tua, serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan peneliti semangat dan doa. Peneliti juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman terlebih untuk Angkatan 2014 FISIP UPN "Veteran" Jakarta dan teman-teman terdekat yang telah membantu dalam kelancaran penulisan skripsi ini.

Jakarta, 15 Januari 2018

Peneliti



(Husnaini Alif Al-humaya)

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN DI *OFFICIAL ACCOUNT* LINE
STARBUCKS COFFEE “TUMBLER DAY” TERHADAP *BRAND LOYALTY***

(Survei kepada *Followers Official Account LINE Starbucks Coffee*)

Husnaini Alif Al-humaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan di *Official Account LINE Starbucks Coffee “Tumbler Day”* (survei kepada *Followers Official Account LINE Starbucks Coffee*). Konsep atau Teori yang relevan dalam Penelitian ini antara lain *Stimulus-Organisme-Response*, Daya Tarik Iklan, dan *Brand Loyalty*. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan ialah survei. Populasi penelitian ini adalah *Followers Official Account LINE Starbucks Coffee* dengan jumlah 100 sampel. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive menggunakan *total sampling*, artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu memilih orang yang benar-benar mengetahui topik penelitian. Teknik analisis pengaruh variabel Y terhadap variabel X menggunakan uji koefisien determinasi. Teknik pengujian data diproses menggunakan program *SPSS (Statistical Product and Service Solutions)* versi 21. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi dari variabel X dengan variabel Y sebesar 0,697. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 48,5%. Dengan demikian perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,622 > 1,660$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik iklan di *Official Account LINE Starbucks Coffee “Tumbler Day”* terhadap *Brand Loyalty* (survei kepada *Followers Official Account LINE Starbucks Coffee*).

Kata Kunci : Daya Tarik Iklan, *Brand Loyalty*, *Official Account LINE*, *Starbucks Coffee*.

***INFLUENCE THE ATTRACTIVENESS OF ADVERTISING IN THE OFFICIAL
ACCOUNT LINE STARBUCKS COFFEE "TUMBLER DAY" TOWARDS BRAND
LOYALTY***

(Survey to Followers Official Account LINE Starbucks Coffee)

Husnaini Alif Al-humaya

Abstract

This research aims to know the influence the attractiveness of advertising in the Official Account LINE Starbucks Coffee "Tumbler Day" (Survey to Followers Official Account LINE Starbucks Coffee). The concept or Theory that are relevant in this study include Stimulus-Organism-Response, the appeal of Advertising, and Brand Loyalty. This research was conducted with the use of quantitative research approach. The research method used is survey. The population of this research is the Official Followers Account LINE Starbucks Coffee with a total of 100 samples. Sample withdrawal technique in this study using the method of purposive sampling using a total, meaning the technique of determination of samples with specific considerations choosing the person who really knows the topic of research. The technique analysis of influence of variable Y against X variable using the coefficient determination test. The technique of testing data is processed using program SPSS (Statistical Product and Service Solutions) version 21. The results of this research show that the correlation of the variable X with the variable Y of 0.697. Based on the result of the calculation of the coefficient of determination is obtained the results of the presence of the influence of variables X against Y variables of 48.5%. Thus the calculations $t_{\text{calculate}} > t_{\text{table}}$ i.e. $9.622 > 1.660$ then it can be inferred H_0 denied and H_a is received. Thus it can be concluded there was significant influence between the appeal of advertising in the Official Account LINE Starbucks Coffee "Tumbler Day" towards Brand Loyalty (survey to Followers Official Account LINE Starbucks Coffee).

Key Words : *Attractiveness Of Advertising, Brand Loyalty, Official Accounts
LINE, Starbucks Coffee*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	
HALAMAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.5 Sistematika Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORITIS	9
II.1 Penelitian Terdahulu	9
II.2 Konsep – Konsep Penelitian	10
II.2.1 Daya Tarik Iklan	10
II.2.2 Brand Loyalty	11
II.3 Teori Penelitian	13
II.3.1 Model Respon Kognitif	13
II.4 Kerangka Berpikir	15
II.5 Hipotesis Penelitian	16
II.5.1 Variabel Bebas (Independen)	16
II.5.2 Variabel Terikat (Dependen)	16
BAB III METODE PENELITIAN	17
III.1 Metodologi Penelitian	17
III.2 Populasi dan Sampel	18
III.2.1 Populasi	18
III.2.2 Sampel	19
III.3 Metode Pengumpulan Data	20
III.3.1 Data Primer	20
III.3.2 Data Sekunder	21
III.4 Operasional Variabel	22
III.4.1 Teknik Analisis Data	26
III.4.1 Uji Validitas	26

III.4.2	UjiReliabilitas	27
III.4.3	MetodeAnalisis Data.....	28
III.4.4	UjiKorelasi	28
III.4.5	UjiRegresi	29
III.4.6	KoefisienDeterminasi.....	30
III.4.7	UjiHipotesis	30
III.8	Hasil Pretest	31
III.8.1	HasilUjiReliabilitas.....	32
III.11	WaktudanLokasiPenelitian	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
IV.1	DeskripsiObjekPenelitian.....	35
IV.1.1	SejarahSingkat LINE Corporation Indonesia	35
IV.1.2	Logo LINE NHN Corporation Indonesia.....	36
IV.2	VisidanMisi LINE Corporation Indonesia.....	36
IV. 2.1	Visi LINE Corporation Indonesia	36
IV. 2.3	Misi LINE Corporation Indonesia	37
IV.3	SejarahSingkat Starbucks Coffee.....	37
IV.3.1	Logo Starbucks Coffee.....	38
IV.4	VisidanMisi Starbucks Coffee	38
IV.4.1	Visi Starbucks Coffee	38
IV.4.2	Misi Starbucks Coffee.....	38
IV.5	HasilPenelitian	39
IV.5.1	KarakteristikResponden	39
IV.5.2	Data AnalisisVariabel X	41
IV.5.3	Data AnalisisVariabel Y	49
IV.5.4	UjiKorelasi	60
IV.5.5	KoefisienDeterminasi.....	60
IV.8.3	UjiRegresi	62
IV.5.6	UjiHipotesis	62
IV. 6	Pembahasan.....	63
BAB V	PENUTUP.....	68
V.1	Kesimpulan	68
V.2	Saran.....	69
	DAFTAR PUSTAKA	70
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel .1 Dasar-dasar Daya Tarik Iklan Emosional.....	11
Tabel .2 Kerangka Berpikir	15
Tabel .3 Skala Likert	21
Tabel .4 Operasional Variabel.....	23
Tabel .5 <i>Alpha Cronbach's</i>	28
Tabel .6 Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi	29
Tabel .7 Hasil Uji Validitas Variabel X	31
Tabel .8 Hasil Uji Validitas Variabel Y	32
Tabel .9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	32
Tabel .10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	33
Tabel .11 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	34
Tabel .12 Jenis Kelamin Responden.....	39
Tabel .13 Usia Responden	40
Tabel .14 Pengguna Tumbler.....	40
Tabel .15 Jawaban Pertanyaan Variabel X No.1	41
Tabel .16 Jawaban Pertanyaan Variabel X No.2	42
Tabel .17 Jawaban Pertanyaan Variabel X No.3	42
Tabel .18 Jawaban Pertanyaan Variabel X No.4.....	43
Tabel .19 Jawaban Pertanyaan Variabel X No.5	44
Tabel .20 Jawaban Pertanyaan Variabel X No.6.....	44
Tabel .21 Jawaban Pertanyaan Variabel X No.7	45
Tabel .22 Jawaban Pertanyaan Variabel X No.8	46
Tabel .23 Jawaban Pertanyaan Variabel X No.9	46
Tabel .24 Jawaban Pertanyaan Variabel X No.10.....	47

Tabel .25Skala Interval Variabel X	49
Tabel .26JawabanPertanyaanVariabel Y No.1	49
Tabel .27JawabanPertanyaanVariabel Y No.2	50
Tabel .28JawabanPertanyaanVariabel Y No.3	51
Tabel .29JawabanPertanyaanVariabel Y No.4	51
Tabel .30JawabanPertanyaanVariabel Y No.5	52
Tabel .31JawabanPertanyaanVariabel Y No.6	52
Tabel .32JawabanPertanyaanVariabel Y No.7	53
Tabel .33JawabanPertanyaanVariabel Y No.8	54
Tabel .34JawabanPertanyaanVariabel Y No.9	54
Tabel .35JawabanPertanyaanVariabel Y No.10	55
Tabel .36JawabanPertanyaanVariabel Y No.11	55
Tabel .37JawabanPertanyaanVariabel Y No.12	56
Tabel .38JawabanPertanyaanVariabel Y No.13	56
Tabel .39JawabanPertanyaanVariabel Y No.14	57
Tabel .40JawabanPertanyaanVariabel Y No.15	58
Tabel .41Skala Interval Variabel Y	59
Tabel .42HasilPerhitunganUjiKorelasi.....	60
Tabel .43KoefisienDeterminasi	61
Tabel .44HasilUjiRegresi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar.1 Tampilan <i>Official Account</i> Line Starbucks Coffee	5
Gambar.2 Teori Kognitif Respon	13
Gambar.3 <i>Screenshoot Official Account</i> Line Starbucks Coffee	18
Gambar.4 Logo LINE NHN Corporation Indonesia.....	36
Gambar.5 Logo Starbucks Coffee.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Form Tanda Persetujuan Skripsi (A.2.2)	A1
Form Kegiatan Konsultasi (A.5)	A2
Surat Riset	A3
Lampiran B Kuesioner	B1
Tabel Olah Data SPSS	B2
Lampiran C Sertifikat	C1
Lampiran D Daftar Riwayat Hidup	D1
Lampiran E Dokumentasi	E1